

UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE

INSTITUTO DE ARTE E COMUNICAÇÃO SOCIAL

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CULTURA E TERRITORIALIDADES

PAULA BEATRIZ DE CARVALHO E OLIVEIRA

**RESSIGNIFICAÇÕES EM TORNO DE CABELOS CRESPOS E CACHEADOS:  
Uma análise sobre performances corporais nas favelas Chapéu Mangueira e  
Babilônia/Rio de Janeiro**

NITERÓI

2017

PAULA BEATRIZ DE CARVALHO E OLIVEIRA

**RESSIGNIFICAÇÕES EM TORNO DE CABELOS CRESPOS E CACHEADOS:  
Uma análise sobre performances corporais nas favelas Chapéu Mangueira e  
Babilônia/Rio de Janeiro**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Cultura e Territorialidades (PPCULT) da Universidade Federal Fluminense, como requisito parcial para obtenção do Grau de Mestre.

ORIENTADORA: PROF<sup>a</sup> DR<sup>a</sup> ANA LUCIA ENNE

NITERÓI

2017

PAULA BEATRIZ DE CARVALHO E OLIVEIRA

**RESSIGNIFICAÇÕES EM TORNO DE CABELOS CRESPOS E CACHEADOS:  
Uma análise sobre performances corporais nas favelas Chapéu Mangueira e  
Babilônia/Rio de Janeiro**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Cultura e Territorialidades (PPCULT) da Universidade Federal Fluminense, como requisito parcial para obtenção do Grau de Mestre.

BANCA EXAMINADORA

---

Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Ana Lucia Enne - UFF (Orientadora)

---

Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Flora Daemon - UFRRJ ( Coorientadora)

---

Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Danielle Brasileira – UFF

---

Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Mylene Mizrahi - UFRJ

## **Agradecimentos**

Em primeiro lugar gostaria de agradecer à minha mãe, Adriana, pelos incansáveis estímulos e afetos. Seria impossível realizar esse trabalho sem todo apoio e paciência disponibilizado por ela. Agradeço em conjunto ao meu pai e às minhas irmãs, por todo incentivo recebido. Agradeço ao Gustavo, companheiro de longa data, e que se propôs a segurar minha mão nessa dura caminhada. Além é claro de sempre me ajudar academicamente.

À Ana Enne, minha orientadora nesse trajeto, agradeço à constante oportunidade de aprendizado, à paciência com essa aquariana independente e ao enorme carinho. Espero seguir seu exemplo na construção de um conhecimento mais humano e social, mas sem perder a ternura.

À Flora Daemon, minha coorientadora, agradeço toda a disponibilidade para me ajudar. Bem como seus incentivos e carinhos.

À Mylene Mizrahi por gentilmente aceitar participar da banca dessa dissertação. À professora Danielle Brasileira pelas sugestões na banca de qualificação e por aceitar participar da banca final.

À professora Rôssi Gonçalves, por todo o carinho e aprendizado ao longo de minha trajetória no PPCULT, em especial em suas disciplina "saberes e práticas de comunicação" e em minha banca de qualificação.

Aos meus colegas de mestrado no PPCULT registro toda minha admiração e agradeço aos incentivos e conversas. Em especial à Michelli, por toda preocupação e afeto ao dividir a disciplina "Mídia e Culturas Juvenis" comigo e que se estendeu para outros momentos.

Aos meus amigos da graduação, desde de 2009.1 sendo grandes exemplos e mantendo a amizade. Às Dis (Anna, Camila, Isabela e Juliane) por sempre serem as melhores e me acompanharem nessa trajetória desde 2005.

Agradeço, ao Anderson "Lula" e Eduardo Henrique "Dudu" por serem atenciosos e me introduzirem às favelas pesquisadas.

À todas as meninas que se disponibilizaram conversar comigo e dividir suas experiências, sem vocês essa pesquisa seria impossível.

Por fim, agradeço à todas as pessoas que possam ter me ajudado ou orientado na trajetória de construção dessa pesquisa e por algum deslize não tenha mencionado.

**Resumo:** Este trabalho é um estudo sobre o uso de cabelos crespos e cacheados, sem químicas relaxantes ou alisantes, por mulheres moradoras das favelas Chapéu Mangueira e Babilônia. A construção dessas performances está inserida em um contexto de disputa por significações em nossa sociedade. Os objetivos dessa pesquisa são pensar como situam-se as performances e estéticas dos moradores das favelas analisadas. Identificar como ocorre as transformações observadas em relação aos cabelos crespos e cacheados, pensando suas relações com moda, consumo, meios de comunicação e indústria da beleza. E compreender como o racismo interfere nessas configurações, destacando que existem sofrimentos e descobertas de autenticidade nesse percurso.

**Palavras-chave:** cabelo, estéticas, performances, crespo, cacheado, racismo.

**Abstract:** This study is about the use of curly hair, without relaxing or smoothing chemicals, by women living in the Chapéu Mangueira and Babilônia slums. The construction of these performances is inserted in a context of dispute for significations in our society. The objectives of this research are to think how are the performances and aesthetics of the residents of the slums analyzed. Identify how the transformations observed in relation to curly hair occur, thinking about their relationships with fashion, consumption, the media and the beauty industry. And understand how racism interferes with these configurations, noting that there are sufferings and discoveries of authenticity on this path.

**Keywords:** hair, aesthetics, performances, curly hair, racism.

## Sumário

<b>INTRODUÇÃO .....</b>	<b>8</b>
<b>CAPÍTULO I - PENSANDO AS PERFORMACES E ESTÉTICAS DAS FAVELAS DA BABILÔNIA E CHAPÉU MANGUEIRA.....</b>	<b>19</b>
<b>1.1 Conhecendo Babilônia e Chapéu Mangueira .....</b>	<b>19</b>
<b>1.2 Performance e estética .....</b>	<b>30</b>
1.2.1 Performance ambígua: Circularidade dos moradores na Zona Sul Carioca .....	34
1.2.2 As estéticas na Babilônia e Chapéu Mangueira .....	42
<b>CAPÍTULO 2 - QUE CABELO É ESSE? .....</b>	<b>51</b>
<b>2.1 Pensando dinâmicas do cabelo.....</b>	<b>51</b>
2.1.1 Classificações dos cabelos .....	55
2.1.2 Performance e estética no cabelo.....	61
2.1.3 Rituais.....	65
<b>2.2 Tá na moda? .....</b>	<b>73</b>
2.2.1 Cultura da Disciplina .....	75
2.2.2 Hierarquias da moda .....	84
<b>2.3 Cabelo, Consumo, Meios de comunicação e Mercado .....</b>	<b>88</b>
2.3.2 Corpo consumido e suas representações.....	89
2.3.2 Papel do mercado .....	105
<b>CAPÍTULO 3 - TENSÕES DOS CABELOS.....</b>	<b>130</b>
<b>3.1 Racismo no Brasil .....</b>	<b>130</b>
<b>3.2 O lugar do cabelo na sociedade brasileira .....</b>	<b>133</b>
3.2.1 Duplo sofrimento das mulheres negras .....	138
3.2.2 Cabelos como mecanismos de autenticidade.....	144
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>151</b>
<b>BIBLIOGRAFIA .....</b>	<b>157</b>
<b>ANEXO I - ROTEIRO DE ENTREVISTA.....</b>	<b>165</b>

## INTRODUÇÃO

Este trabalho se propõe a ser um estudo sobre o uso de cabelos crespos e cacheados, sem químicas relaxantes ou alisantes, por mulheres moradoras das favelas Chapéu Mangueira e Babilônia, localizadas na cidade do Rio de Janeiro/RJ. A construção dessas performances está inserida em um contexto de disputas por significações em nossa sociedade.

Os objetivos dessa pesquisa são pensar como situam-se as performances e estéticas de parte dos moradores das favelas analisadas. Identificar como ocorrem as transformações observadas em relação aos cabelos crespos e cacheados, pensando suas relações com moda, consumo, meios de comunicação e indústria da beleza. E compreender como o racismo interfere nessas configurações, destacando que existem sofrimentos e descobertas de autenticidade nesse percurso.

As favelas selecionadas para a realização do trabalho etnográfico localizam-se no Bairro do Leme, Zona Sul da cidade do Rio de Janeiro. São vizinhas, pois dividem o mesmo morro. Podem ser consideradas pequenas, pois conjuntamente possuem menos de 4.000 mil habitantes, segundo o Censo de 2010.

A escolha desse local de pesquisa deu-se por medidas de acesso ao trabalho de campo. A justificativa dessa entrada ao campo ocorre através do contato com a pesquisadora Flora Daemon (coorientadora dessa pesquisa), vice-coordenadora do projeto "Quem Sabe de Mim Sou Eu: favela, protagonismo social e fazer midiático",<sup>1</sup> que realiza suas atividades nessas localidades.

O cabelo aparece como objeto de análise por diversas questões. Em primeiro lugar, chama minha atenção ver que os cabelos crespos e cacheados estão, cada vez mais, sendo assumidos por meninas e mulheres de diferentes

---

<sup>1</sup> Projeto de Extensão da Universidade Federal Fluminense (UFF), coordenado pelo professor Kleber Santos de Mendonça. Está articulado à pesquisa "A pacificação dos sentidos: uma análise do discurso telejornalístico contemporâneo sobre a violência urbana", desenvolvida no âmbito do Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCOM/UFF), e com o apoio de bolsistas Pibic-EM CNPq/UFF. Parte de uma reflexão sobre como os moradores das comunidades cariocas (entre elas Chapéu Mangueira e Babilônia) interpretam o fazer midiático a respeito de seus territórios. O projeto busca complexificar estas operações discursivas e os processos de construção de subjetividades desses jovens e em um segundo momento avança na construção de produtos midiáticos alternativos, desenvolvidos pelos próprios jovens moradores da comunidades. Fonte: <http://www.extensao.uff.br/?q=content/quem-sabe-de-mim-sou-eu-favela-protagonismo-social-e-o-fazer-midi%C3%A1tico>. Acessado em 21/07/2017.



lugares, idades e classes sociais. Essa observação passou a ser um tópico de conversa constante em minhas relações sociais, mas principalmente com colegas de turma no mestrado em Cultura e Territorialidades, no PPCULT/UFF. Assim, minha pesquisa de mestrado, inicialmente voltada para a questão do consumo nas camadas populares, começou a flertar mais especificamente com essa temática do cabelo.

Como indiquei acima, meu projeto inicial de pesquisa buscava compreender o fenômeno do consumo enquanto prática cultural mediadora de identidades. Ao notar essas transformações em relação aos usos dos cabelos em meu cotidiano, fui amadurecendo meu projeto no sentido de refletir sobre essas estéticas emergentes. O consumo ainda é um ponto de análise dessa dissertação, mas o cabelo foi tomando uma grande importância na pesquisa. Os cabelos destacam-se por ser uma das partes do corpo que pode ser mais facilmente manipulada e modificada, além de ser uma das mais visíveis. O corpo, com o cabelo incluído, é sinônimo de significação e comunicação (LE BRETON, 2012).

Dentro desse contexto, os cabelos são elementos que fazem parte do universo cultural. A cultura é percebida como condição construtiva da vida social, como produção discursiva de sentidos para a realidade social. Ela é permeada por lutas simbólicas e discursivas, sendo uma arena significativa de disputa. E, por tudo isso, cada vez mais ela se torna elemento chave para se discutir a modernidade. Assim, os cabelos também dialogam com esses processos ambivalentes, apresentando-se enquanto mediadores de táticas e ressignificações.

É necessário reconhecer a centralidade dos cabelos em diversas relações sociais. Assim, defendo que o cabelo é um elemento de comunicação, pois ele é uma das ferramentas corporais mais expressivas e por isso aparece como um ótimo elemento para pensar as relações culturais e as performances dentro de nossa sociedade.

Nessa perspectiva, quero analisar as transformações que observo em relação às texturas utilizadas atualmente nos cabelo cacheados e crespos. Venho notando que esse é um movimento recente, pois a prática de relaxamento/ alisamentos dos cabelos foi e ainda é muito difundida em nossa sociedade. Inclusive, os jovens aparecem como principais sujeitos dessa mudança. Na busca por uma auto-imagem

inserida nos padrões estabelecidos hegemonicamente, muitas mulheres brancas e negras<sup>2</sup> se submetiam a rituais de relaxamento e alisamento capilar (Quintão, 2013).

Além disso, a tática de assumir os cabelos cacheados e crespos reflete parte da minha trajetória pessoal, dialogando diretamente comigo. Ao longo dos meus 27 anos de existência, sempre tive uma grande preocupação com meu cabelo. Atualmente, fruto de curiosidades pesquisadas na internet, classifico meu cabelo como “3A/ 3B”.<sup>3</sup>

Essa categorização é baseada numa escala para cabelos com curvas, que vai de cabelos ondulados até cabelos crespos. Cabelos ondulados recebem marcação 2, cacheados 3 e crespos 4. Desse modo, meu cabelo é enquadrado como cacheado, apresentado muito volume e uma curvatura com abertura não tão larga, mas também não muito estreita.

Dos 16 até os 23 anos de idade, realizei técnicas de alisamento ou relaxamento nos meus cabelos. Em maioria, os produtos químicos prometiam diminuir o volume dos meus pelos da cabeça e esse era meu grande objetivo. Inicialmente, utilizava práticas que não alisavam por completo o cabelo, ou pelo menos me eram vendidas assim. Mas que com o passar das aplicações acabaram por não só alisar como também danificar minha fibra capilar.

Minha solução então foi procurar o salão *Beleza Natural*, que se anuncia como voltado para cabelos crespos e cacheados.<sup>4</sup> Entretanto, nesse salão também realizei um relaxamento químico. Somente após algumas idas ao salão e conversas com colegas do lugar que trabalhava à época é que decidi parar totalmente de usar produtos químicos. Mas tenho que admitir que essa escolha tinha, para mim, uma mistura sortida de motivos. Entre eles: a falta de dinheiro e tempo para ir ao salão,

---

<sup>2</sup> Esclareço também que nesse estudo utilizo a palavra “negra” para me referir a mulheres, tanto pretas quanto pardas, salientando quaisquer diferenças quando cabíveis. Minha escolha ocorre devido à prática corrente de tal terminologia, tanto na academia quanto fora dela. Conduto, resalto que o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) considera as palavras “negro” e “negra” uma construção social e, portanto, não as emprega nem como cor de pele, nem para representar o somatório das categorias “preta” e “parda”, principalmente devido à abrangência da categoria “parda”.

<sup>3</sup> É importante indicar que essa classificação deve ser mais discutida no desenvolvimento da dissertação. Esses termos serão considerados posteriormente.

<sup>4</sup> Salão especializado em relaxamento para cabelos crespos e cacheados criado por Zica Assis. A O primeiro salão da rede foi aberto em 1993 no Rio de Janeiro. Desde então, já são 12 salões de beleza espalhados entre 3 estados.

uma maior aceitação pessoal e social para o volume do meu cabelo e o incentivo da minha irmã mais velha, pois ela nunca utilizou químicas em seu cabelo.

Minha transição de uso de produtos químicos para a textura natural do meu cabelo não foi em apenas um corte, mas sim num processo que durou cerca de dois anos. Desse modo, no início do ano de 2015, quando comecei a frequentar o PPCULT, já havia assumido meus cabelos.

Essa trajetória pessoal me motivou a pesquisar sobre o tema e também me auxiliou durante as entrevistas realizadas para as pesquisas. Algumas informantes têm caminhos parecidos com os meus na busca em diferentes lugares para cuidarem de seu próprio cabelo. Isso me possibilitou uma grande empatia com as meninas que aceitaram conversar comigo. Acredito que essa aproximação me abriu portas no campo e uma certa identificação das entrevistadas, mesmo que com alguns limites, pois meu cabelo não é igual o de todas as meninas com que tive contato.

Essa questão das diferenças entre cabelos cacheados e crespos merece atenção. Inclusive aprendi muito sobre isso na disciplina Mídia e Culturas Juvenis, na qual tive o prazer de exercer estágio docente em conjunto com Michelli Giovanelli, minha colega de turma no PPCULT, sob orientação da professora Ana Enne.<sup>5</sup>

As aulas foram divididas por diferentes temas e ministradas em sistema de rodízio por nós três. Em uma das oportunidades, sob minha supervisão, apresentei meu tema de pesquisa para a turma, gerando uma proveitosa discussão para o desenvolvimento tanto pessoal quanto da pesquisa. Especialmente as falas de duas meninas me foram boas para pensar. Poder dialogar com elas foi de extrema importância para elucidar minhas idéias e assim contribuíram para as reflexões aqui presentes.

Uma delas, com os traços semelhantes aos meus (cabelo cacheado e pele em tom claro), se colocou enquanto negra e falou um pouco sobre seu processo de auto-reconhecimento. A outra, com fenótipos negróides mais definidos, me lembrou, de forma correta, que ter cabelo cacheado não é igual ter cabelo crespo e que

---

<sup>5</sup> Essa disciplina foi realizada no primeiro semestre de 2016 no curso Estudos de Mídia da Universidade Federal Fluminense. Foi realizada em forma de painel de diferentes temas ligados às culturas juvenis.

obviamente isso tem suas implicações. Ou seja, ter cabelos cacheados numa sociedade racista pode ser um privilégio em relação a pessoas com cabelos crespos.

Nesse ponto encontrei um dilema e comecei a questionar se a pesquisa deveria concentrar-se apenas em um desses tipos de cabelo. Depois de muitas reflexões, acredito que esse aspecto em relação aos cabelos deve ser claramente considerado e problematizado, mas optei por seguir dialogando com meninas que possuem os dois tipos de cabelos. Essa alternativa deve-se ao fato de que ambos estão passando por processos de ressignificação.

Deixo claro que os cabelos crespos e cacheados não são todos iguais e existem hierarquias que incidem sobre eles, pois o cabelo crespo é categorizado como menos valorizado em diferentes círculos culturais. Entretanto, ambos são os estão mais distantes dos padrões estéticos dominantes em nossa sociedade: cabelo liso, disciplinado e sem volume.

Além disso, esses dois tipos de cabelos são alvos de racismo em nossa sociedade, pois são fenótipos associados à negritude. Nesse ponto é importante ressaltar que as informantes estão dentro desse universo, muito porque os tipos de cabelos analisados estão dentro de aspectos negróides, como também porque historicamente a maioria de pessoas que residem em favelas é de pessoas negras.<sup>6</sup>

Nesse contexto, as mudanças sobre a forma de utilizar o cabelo contribuem para uma transformação dos padrões estéticos vigentes em nossa cultura. Especialmente quando pensa-se em cabelos crespos e cacheados, pois a textura do cabelo é um elemento que define a posição na escala de cor no Brasil.

O racismo no Brasil é diferente qualitativamente do existente nos EUA. Aqui, o preconceito é considerado de marca, aonde as concepções são baseadas em critérios fenotípicos, assim as aparências influenciam determinantemente (NOGUEIRA, 1985). Desse modo, muitas mulheres optavam por procedimentos de alisamento ou relaxamento em seus cabelos na tentativa de uma maior aceitação social.

---

<sup>6</sup> Essa questão será melhor analisada no terceiro capítulo dessa dissertação.

O campo das práticas estéticas, onde inserem-se os cuidados com os cabelos, ainda é bastante desigual e marcado por diferenças étnicas e de cor no Brasil. Os padrões dominantes são relativos às características físicas de pessoas brancas: cabelo liso, nariz fino, pele branca etc. Assim, pessoas negras não se sentem representadas e sofrem discriminações dentro da indústria da estética (SOVIK, 2002).

Atualmente, como discutirei no decorrer desta dissertação, algumas empresas e linhas de produtos estão apropriando-se desse movimento e lançando produtos para cabelos com curvaturas. Contudo, mesmo entre as empresas que estão reformulando suas linhas, ainda há uma predominância por discursos voltados para cabelos cacheados, silenciando cabelos crespos. Além disso, o objetivo dessas empresas é garantir o aumento de seu mercado consumidor. Mas, nessa busca, alimentam, em alguma medida, os processos de ressignificações estéticas e identitárias.

Colocados esses pontos, é essencial pensar sobre os caminhos utilizados nesse trabalho. A metodologia científica é importante para refletir sobre a construção do objeto de pesquisa e seus dados, bem como sobre suas implicações na condução da pesquisa social. Acredito que uma abordagem qualitativa é necessária em minha pesquisa, pois este caminho não pretende enumerar e/ ou medir os eventos estudados. Para Maria Cecília de Souza Minayo (2001), a pesquisa qualitativa aborda o universo de significados, motivos, aspirações, crenças, valores e atitudes, que corresponde a um espaço mais profundo das relações, dos processos e dos fenômenos sociais que não podem ser reduzidos à operacionalização de variáveis.

A metodologia qualitativa apresenta várias técnicas, cabendo ao pesquisador escolher a mais adequada para a coleta de dados da investigação. A construção desta etnografia ancora-se em duas diferentes estratégias de pesquisa e obtenção de dados: a observação participante e a realização de entrevistas.

A observação participante (WHYTE, 2005) consiste na observação direta dos fenômenos por parte do pesquisador, que se insere no cotidiano e compartilha com o grupo estudado de seu dia a dia. Howard Becker (1999) salienta que através

dessa técnica o pesquisador coleta dados, participando do grupo ou organização, observando as pessoas e seu comportamento em situações de sua vida cotidiana.

A técnica de observação participante envolve a apreensão das formas de interação social e apresentação de si por meio de uma observação cuidadosa do modo como os atores sociais interagem uns com os outros em um determinado contexto. Admite uma pluralidade de vozes que compõe a cena da investigação etnográfica, reconhecendo que esse processo afeta todos os envolvidos. Assim acho importante explicitar minha posição no campo, pois minhas observações acontecem a partir de um determinado ângulo.

Essa metodologia fornece ênfase na experiência do pesquisador em campo, possibilitando uma profundidade de dados e flexibilidade. Desse modo, uma etnografia por meio do trabalho de campo possibilita interação e contato direto do pesquisador com o grupo social estudado.

Entendendo esse processo de intersubjetividade e abandonando uma suposta impessoalidade, ou uma neutralidade, pretende-se aprofundar nos cotidianos de uma realidade complexa como as das favelas cariocas, aqui especificamente das localidades Babilônia e Chapéu Mangueira.

Paralelamente, as entrevistas em profundidade captam uma explicação própria do grupo entrevistado, expondo as categorizações, explicações e percepções do grupo abordado. Essa técnica permite indagar os indivíduos sobre seus mundos sociais. Lílana Cabral Bastos e William Soares dos Santos, no livro *A entrevista na pesquisa qualitativa* (2013), salientam que a entrevista, por estimular a fala dos entrevistados sobre suas experiências, cria uma maior profundidade a respeito de quem são e como se posicionam os narradores no mundo que os cerca. Assim, a entrevista é entendida como um evento social onde o discurso é cooperativamente construído, ou seja, o sujeito entrevistado não é interpretado de forma objetiva, mas principalmente como alguém que constrói, com o entrevistador, o discurso produzido na situação da entrevista.

Acho necessário salientar que, para a realização das entrevistas, um recorte de gênero foi realizado. Apenas mulheres foram entrevistadas, pois percebo que o tema cabelo, apesar de importante para ambos os gêneros, é fundamental na

formação da identidade feminina. Dessa forma, a questão do gênero será melhor desenvolvido no decorrer da pesquisa.

As entrevistas foram realizadas por meio de um roteiro semi-estruturado, dividido em seis eixos temáticos: perfil sociodemográfico, considerações sobre o local de moradia, trajetória com o cabelo, práticas de consumo, rotinas de cuidados com o cabelo e percepções sobre o racismo. Todas as perguntas foram abertas.

Todas as entrevistadas foram devidamente comunicadas acerca do tema da pesquisa, tendo-lhes sido dada garantia de confidencialidade dos dados coletados. Os informantes foram contatados a partir do esquema “bola de neve”, ou seja, a partir das redes de sociabilidade do pesquisador, recorrendo principalmente a dois amigos da pesquisadora Flora Daemon que me foram apresentados em meu primeiro dia de campo. O primeiro contato aconteceu em todos os casos por meio de redes sociais (especialmente o facebook) e depois foram marcadas entrevistas presenciais.

As entrevistas com as mulheres contatadas aconteceram entre junho de 2016 e junho de 2017. A busca inicial pelas entrevistadas não apresentou dificuldades significativas, todas as meninas com que entrei em contato foram muito solícitas. Entretanto, marcar de fato as entrevistas provou-se um verdadeiro desafio. Muitas desmarcaram inúmeras vezes, não possibilitando a realização da entrevista com um maior número de mulheres.

Cada informante escolheu o local de preferência para nosso encontro: três marcaram comigo em uma praça no Leme, próxima à subida das favelas. Cinco marcaram comigo na favela da Babilônia (2 em suas casas e 3 em uma praça) e a maioria marcou comigo nos arredores da quadra da FAETEC localizada no Chapéu Mangueira.

As perguntas dos cinco primeiros eixos temáticos foram respondidas sem hesitação por todas as informantes. Contudo, as perguntas sobre racismo já encontram um maior silenciamento e falta de clareza nas respostas. Trabalhando com a entrevista como instrumento de pesquisa, é bom lembrar que lida-se com o que o indivíduo deseja revelar, o que deseja ocultar e a imagem que quer projetar de si mesmo e de outros (GOLDENBERG, 2000).

Após a sistematização dos dados e a elaboração de uma descrição dos perfis das quinze informantes, tentei retornar às entrevistadas a fim de checar informações que, por ventura, tivessem ficado mal esclarecidas, mas poucas disponibilizaram-se a conversar comigo novamente. Segue abaixo o perfil bibliográfico de cada entrevistado para facilitar o acompanhamento de suas trajetórias. Na fase de análise das entrevistas, são utilizados pseudônimos para manter a privacidade das informantes.

**Amanda** tem 26 anos, identifica-se como "preta", mora no Chapéu Mangueira e definiu seu cabelo usando a classificação 4C (cabelo crespo com curvaturas pequenas). Utilizava química relaxante no cabelo e sua transição aconteceu por motivos de sua gravidez há quatro anos. Afirmou utilizar a técnica de "No Poo"<sup>7</sup> no cabelo.

**Solange**, 24 anos, mora no Chapéu Mangueira, identifica-se como "preta". Está há um ano sem utilizar química em seu cabelo e afirmou que parou de realizar esse procedimento porque agora ama seu cabelo.

**Karen**, 23 anos, mora no Chapéu Mangueira, declarou-se como negra, relaxou o cabelo poucas vezes quando era mais nova. Afirmo que já fazem muitos anos que não usa produtos desse tipo, mas não soube precisar a data.

**Renata**, 24 anos, mora na Babilônia, evangélica, identifica seu cabelo como *black* ou com a textura de "miojo". Fazia relaxamento no Salão Beleza Natural, mas parou porque sentia-se refém da técnica e por falta de dinheiro e influência de outras pessoas. Também não soube informar com precisão o tempo em que não usa química, mas garante que ultrapassa quatro anos.

**Marcia**, 16 anos, mora na Babilônia, auto declarada parda, evangélica, define seu cabelo como cabelo *black*. Parou de relaxar o cabelo por um ano, mas voltou em abril desse ano por incentivo da mãe.

**Melissa**, 17 anos, reside na Babilônia, estudante, não tem religião. Declara-se negra, afirma que seu é cabelo crespo enrolado. Afirmo que utilizou química no cabelo dos 11 aos 14 anos. Parou de usar porque viu outras mulheres fazendo o mesmo movimento.

---

<sup>7</sup> Essa técnica e a classificação do cabelo encontram-se melhor explicadas no segundo capítulo.



**Tatiane**, 18 anos, trabalha e estuda. Mora no Chapéu Mangueira e ainda frequenta o salão Beleza Natural por afirmar que seu cabelo possui muito volume desde 2014. Sua religião é a umbanda. Seu cabelo é identificado por ela como crespo. Declara-se parda.

**Fábia**, 27 anos, católica. Reside no Chapéu Mangueira e declara-se como parda. Relaxou o cabelo durante cinco anos e parou há dois anos. Sua transição foi aos poucos. Identifica seu cabelo como 3B/ 3C (cabelo cacheado com curvaturas que oscilam entre médias e fechadas).

**Yara**, 15 anos, é evangélica e mora na Babilônia. Nunca fez química de relaxamento ou alisamento no cabelo. Identifica-se como parda e seu cabelo como 3A (cabelo cacheado com curvatura mais aberta).

**Natália**, 17 anos, mora na Babilônia e é evangélica. Única informante que declarou-se branca. Fez relaxamento aos 14 anos pra soltar mais os cachos, mas não continuou. Parou porque o produto estava clareando o seu cabelo e porque queria pintar. Identifica seu cabelo como 3C (Cabelo cacheado com curvatura fechada).

**Laura**, 13 anos, mora no Chapéu Mangueira, declara-se parda e evangélica. Afirma que seu cabelo é cacheado. Fez química relaxante aos 11 para reduzir o volume do cabelo, parou porque ressecava e quebrava o cabelo.

**Priscila**, 13 anos, mora no Chapéu Mangueira, declara-se morena e sem religião. Nunca fez química no seu cabelo porque quer que ele seja "natural". Identifica seu cabelo como crespo.

**Gilda**, 16 anos, atéia, declara-se preta e sem religião. Começou a fazer química aos 13 anos e parou aos 14, cerca de um ano e meio atrás porque estava danificando seu cabelo. Mora na Babilônia.

**Juliana**, 17 anos, declara-se como morena. É evangélica e mora no Chapéu Mangueira. É estudante do ensino médio. Nunca fez química relaxante ou alisante no cabelo. Declara seu cabelo como 3C, um cacheado quase crespo.

**Mariana**, 13 anos, autodeclarada como marrom. Reside na Babilônia. Reconhece seu cabelo como 4A. Afirma que seu cabelo é virgem (sem uso de químicas).

Verifica-se que as entrevistadas têm idade entre 13 e 27 anos. Possuem diversos tipos de cabelo (dentro do universo de cacheados e crespos) e religiões distintas. Identificam-se utilizando variadas expressões como: "preta", "parda" "negra", "morena" e "marrom".

Essa dissertação está dividida em três capítulos, além dessa introdução e uma conclusão. No primeiro capítulo procuro realizar uma descrição das favelas Chapéu Mangueira e Babilônia. Observei uma tensão entre as favelas e sua relação com a Zona Sul da cidade, construindo uma performance ambígua de seus moradores. Para pensar essa lógica contraditória, busco alguns elementos conceituais sobre o tema.

No segundo capítulo, reflito sobre as práticas e rituais de cuidado inerentes a essa nova maneira de usar os cabelos sem o auxílio de químicas relaxantes. Essas transformações nos padrões de beleza ainda mantêm uma certa hierarquia dentro das classificações de cabelos. Admito o cabelo como um elemento cultural e inserido em um *habitus* (BOURDIEU, 2007a). Busco compreender como a moda interfere nos padrões de beleza relativos aos cabelos com curvatura, influenciando uma aceitação em relação ao volume dos cabelos. E finalizo pensando as relações entre cabelo, consumo e meios de comunicação. Sempre destacando que esse processo de ressignificação dos cabelos crespos e cacheados é ambivalente e está situado em um campo de disputas entre mediações, táticas e estratégias (CERTEAU, 1998).

No último e terceiro capítulo, reflito sobre o racismo presente em nossa sociedade e em que medida ele influencia os rituais de cuidado com os cabelos crespos e cacheados. Reflito também sobre algumas questões de gênero presentes no desenvolvimento da pesquisa. Percebo que há uma busca por autenticidade relacionada com uma vivência de um tipo de sofrimento, como explicarei. Nesse contexto, a afirmação de uma identidade negra plena ainda está em negociação dentro do universo cultural, sendo o cabelo um importante espaço de disputas estéticas e políticas.

## **CAPÍTULO I - PENSANDO AS PERFORMACES E ESTÉTICAS DAS FAVELAS DA BABILÔNIA E CHAPÉU MANGUEIRA**

Nesse primeiro capítulo, busco refletir sobre algumas das estéticas e das performances presentes nas favelas Babilônia e Chapéu Mangueira. Apresentarei essas localidades levando em conta tensões observadas em campo. O objetivo é destacar a importância desses elementos para compreender culturalmente esses territórios.

Essa sessão inclui ainda uma breve discussão sobre os conceitos de performance e estética. Relacionando-os entre si e suas relações com os lugares onde a pesquisa foi desenvolvida, discutindo ainda o impacto desses aspectos em nível individual.

### **1.1 Conhecendo Babilônia e Chapéu Mangueira**

O campo de investigação dessa pesquisa concentra-se no Morro da Babilônia, localizado entre os bairros de Botafogo, Urca e Leme, Zona Sul da cidade do Rio de Janeiro. Ele abriga duas favelas, denominadas Chapéu Mangueira e Babilônia.

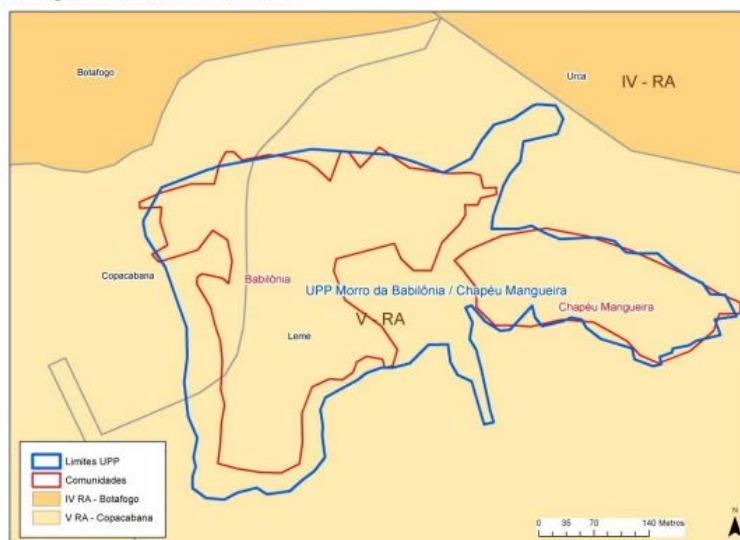
Conforme o mapa abaixo, pode-se observar a localização das favelas dentro da região administrativa a qual pertencem. Há ainda uma referência aos limites da UPP (Unidade de Polícia Pacificadora), implementada no local desde 2009<sup>8</sup>.

---

<sup>8</sup> Dados retirados do do Panorama dos territórios com UPP, produzidos pelo Instituto Pereira Passos (IPP), no Rio+social, em 2015 com base no Censo Demográfico IBGE (2010).

## Figura 1: Mapa de limite das favelas Chapéu Mangueira e Babilônia.

Mapa 1 – Limite da UPP Chapéu-Mangueira e Babilônia, das comunidades que a compõem e das Regiões Administrativas – 2013



Fonte: SABREN/ IPP, 2011, ISP 2013

Fonte: Panorama dos territórios com UPP, produzidos pelo Instituto Pereira Passos (IPP), no Rio+social, em 2015 com base no Censo Demográfico IBGE (2010).

Segundo o Panorama dos territórios com UPP, as favelas analisadas podem ser consideradas pequenas, com cerca de 4.000 moradores nessas localidades, sendo a Babilônia a mais populosa, com mais de 2.400 habitantes. Em relação à faixa etária dos moradores do local, os dados indicam que nas duas localidades há uma grande população jovem, pois, somados, crianças e jovens representam 50% da população total. Além disso, observa-se que em ambas as favelas há mais mulheres do que homens.

Os pesquisadores Flora Daemon, Marco Antonio Teixeira e Raquel Brum Fernandes, que atuaram no Programa Territórios da Paz, inserido dentro da política pública de gestão social em favelas do governo do estado do Rio de Janeiro,<sup>9</sup> oferecem um ótimo retrospecto da formação dessas localidades.

<sup>9</sup> O Programa Territórios da Paz foi uma política pública de gestão social em favelas vinculado à Secretaria de Estado de Assistência Social e Direitos Humanos (SEASDH) do Estado do Rio de Janeiro.

A ocupação do morro pelos moradores se deu por volta dos anos 1910 e teve início na Babilônia, em sua parte mais elevada, para, em seguida, se espalhar pelas demais regiões; no Chapéu Mangueira, ocorreu o oposto. De acordo com relatos de moradores, os primeiros habitantes firmaram residência para facilitar o acesso ao local de trabalho. Eram militares que atuavam no Forte do Leme e, posteriormente, os operários responsáveis pela construção dos túneis que ligam os bairros de Copacabana, Leme e Botafogo. Os moradores que lá residem são de famílias oriundas principalmente dos estados de Minas Gerais, Ceará, Pernambuco, Paraíba e do próprio Rio de Janeiro. (DAEMON, TEIXEIRA e FERNANDES, 2015:214)

As favelas que serviram de campo para essa pesquisa encontram-se entre a Mata Atlântica e o mar e compartilham uma das visões consideradas como uma das mais bonitas da cidade: do alto do morro vê-se toda a Baía de Guanabara e a praia de Copacabana. A entrada das duas é na Ladeira Ary Barroso, no Leme, bairro residencial de classe média alta. Na subida desta ladeira, há uma bifurcação; à direita, está a Favela Chapéu Mangueira, e à esquerda, a Favela Babilônia.

Existe ainda uma outra entrada, o Beco do Zé, cujo acesso localiza-se também no Leme, na Rua Gustavo Sampaio. Esse acesso ao Morro da Babilônia é formado por uma grande escadaria e, segundo relatos de alguns moradores com que conversei, costuma ser menos freqüentado do que a Ladeira Ary Barroso. Talvez esse fato justifique-se porque a entrada pelo Beco proporciona o contato direto apenas com o Chapéu Mangueira e não com o acesso às duas favelas, como a outra subida.

Na subida da Ladeira Ary Barroso, pode-se observar o contraste entre importantes edifícios da classe média, como o clube Copa Leme, com outras construções mais populares e algumas com pouca infra-estrutura. Conforme registrei em meu caderno de campo:

Enquanto descia a ladeira acompanhada da pesquisadora Flora Daemon, ela ia me apresentando ao lugar e narrando histórias da localidade. Na Ladeira Ary Barroso há uma contradição e ambigüidade entre os casarões imponentes de um lado e, quanto mais para o alto, menos infra-estrutura. (Diário de Campo, Ladeira Ary Barroso, julho de 2016).

No pé da subida, encontra-se o serviço de moto-táxi. Logo no fim da subida da Ladeira, diante da bifurcação que separa as duas favelas, encontra-se o Centro de Educação Tecnológica e Profissionalizante (CETEP) Chapéu Mangueira, criado a partir da proposta de ensino da FAETEC – Fundação de Apoio à Escola Técnica.

Em 2012, ambas as favelas passaram por reformas e obras de infraestrutura, através do Projeto Morar Carioca Verde<sup>10</sup>. As vias principais foram pavimentadas e ampliadas, foram construídas praças, blocos de apartamentos e a circulação foi facilitada pela implementação de uma motovia.

Apesar das melhorias, esse programa também enfrenta críticas por parte dos moradores. Nem todos os apartamentos foram entregues nos prazos, houve remoções e alguns itens apresentaram baixa qualidade. Os moradores de áreas de risco de deslizamento ou das Áreas de Proteção Ambiental (APAs) existentes no local ainda sofrem risco de remoção e reclamam da falta de garantia em relação à entrega dos apartamentos.

Cada favela possui a sua associação de moradores. A do Chapéu Mangueira fica em um campo perto da descida pelo Beco do Zé. A associação da Babilônia, em um espaço reformado perto Centro Municipal de Saúde que atende as duas favelas. Existem muitas escadas de acesso às diferentes áreas dos morros, mas para chegar aos lugares mais isolados ainda é preciso passar por trilhas.

A vista do alto do morro, classificada pelo senso comum como privilegiada, favorece a existência de um mirante e alguns *hostels*, localizados principalmente na parte baixa das favelas. Há ainda uma parede de mosaico localizada perto da Quadra do CETEP.

A minha primeira entrada no Morro da Babilônia aconteceu no dia 11 de junho de 2016, um sábado de quase inverno e que fazia jus a essa estação do ano. Cheguei no local por intermédio da pesquisadora Flora Daemon, coorientadora dessa dissertação, que, como indiquei acima, trabalhou nessa região durante o "Programa Territórios da Paz", da Secretaria de Estado de Assistência Social e Direitos Humanos (SEASDH) do Estado do Rio de Janeiro. Nesse primeiro momento, ela me apresentou a dois amigos seus que moram na localidade e que assim poderiam me auxiliar na entrada em campo: Anderson "Lula" e Eduardo Henrique (Dudu).

---

<sup>10</sup> Programa de urbanização de favelas "Morar Carioca Verde", da Secretaria Municipal de Habitação (SMH) da Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro. Foi um dos vencedores do Prêmio "Melhores Práticas em Gestão Local", concedido pela Caixa Econômica Federal. Foram aplicadas práticas de sustentabilidade na Babilônia e no Chapéu Mangueira, que foram as primeiras favelas da cidade a receber o programa servindo como modelo. Fonte: <http://www.rio.rj.gov.br/web/smhc/conheca-o-programa>. Acessado em 29/06/2017.

O frio que fazia nesse dia, pouco habitual para a cidade do Rio de Janeiro, mesmo no inverno, fez com que não andássemos muito e concentrássemos nossa conversa no "Bar do David", localizado no Chapéu Mangueira. Além disso, poucas pessoas circulavam pela rua, tornando minha observação inicial um pouco restrita.

O "Bar do David" foi o estabelecimento ganhador do concurso de cozinha *Comida Di Buteco* 2016 e 2017.<sup>11</sup> Ele situa-se numa parte de fácil acesso, na rua principal logo à direita da bifurcação que divide as favelas. Esse estabelecimento é um dos mais badalados da região, levando turistas e moradores de outras partes da cidade a conhecerem e freqüentarem o lugar. É dividido em dois ambientes: no térreo, encontram-se mesas de plásticos como em qualquer bar espalhado pela cidade, já a parte superior possui mesas de madeira, com uma miniatura da favela e ambiente mais fechado, buscando mostrar uma maior modernização ou arrumação.

Esse primeiro contato foi de extrema importância, primeiro porque me proporcionou ótimas conversas, que contribuíram enormemente para o desenvolvimento da pesquisa. Tivemos um debate sobre qual seria o papel da mídia e dos movimentos sociais na transformação que observamos em relação aos cabelos, já que anteriormente o regular era se alisar o cabelo e agora é possível perceber um deslocamento em direção a assumir os cabelos crespos e cacheados, umas das questões centrais da pesquisa.

Em segundo lugar, sou uma moradora da Zona Oeste da cidade, que possuía contato limitado com toda a Zona Sul, parte mais valorizada da cidade, incluindo as favelas dessa região. Nessa visita fui apresentada a uma favela complexa e ambivalente. A partir dessa primeira visita, pude então ampliar minhas próprias visões e estimular reflexões sobre as contradições presentes no espaço urbano.

Já nesse primeiro contato, comecei a estabelecer relações com o local e com os moradores que seriam grandes interlocutores meus. Mantive contato através de redes sociais na internet, nas quais os moradores sempre se disponibilizaram a me introduzir no território. Me indicaram potenciais informantes para pesquisa e

---

<sup>11</sup> O Comida di Buteco é um concurso nacional criado em 2000, com o objetivo de resgatar e valorizar comidas de bares pequenos. Segundo seu site: "Ao longo dos nossos 18 anos estamos desenvolvendo um importante papel de fomento à cultura e a cozinha de raiz". Fonte: <http://www.comidadibuteco.com.br/apresentacao/>. Acessado em 21/07/2017.

caminhos dentro das favelas. Através deles, consegui me manter informada sobre os movimentos nas favelas como festas e eventos.

Fomos também em uma barbearia e conversamos com alguns jovens moradores, todos do sexo masculino, que estavam presentes. Pensei inclusive em me aproximar deles para o campo da pesquisa, mas, como defini apenas entrevistar mulheres, acabei não voltando lá para conversar.

Foi me apresentada também uma das minhas primeiras informantes: Karen. Ela estava passando por nós enquanto discutíamos possibilidades da pesquisa e foi solícita em me dar seu telefone para mantermos contato. Posteriormente, consegui entrevistá-la.

Conversamos um pouco sobre as práticas existentes nas favelas. Percebi que a religião é muito importante para a sociabilidade de alguns moradores. Voltamos nossa conversa para pensar casos que pudessem me ajudar em minhas pesquisas. Me contaram um episódio de uma namorada de um traficante que teve seu cabelo cortado por cometer um deslize amoroso. Pensamos sobre como a prática do ferro<sup>12</sup> quente nos cabelos foi muito utilizada na região. Essa primeira entrada no campo foi bastante proveitosa e contribuiu muito para a pesquisa.

Ao contrário do que notei nesse primeiro dia, percebi logo que as favelas são muito movimentadas, principalmente na rua principal. Sempre havia pessoas nas ruas, carros estacionados, lanchonetes abertas e algumas motos circulando, mesmo em dias de semana. As pessoas parecem ter uma boa circulação no espaço:

Mesmo nos dias de semana, a movimentação de jovens me parece bastante forte. Estou conversando com uma informante na rua após a quadra do Chapéu Mangueira, há movimento de carros com som alto ligado tocando funk, um grupo de garotos parece voltar do futebol. Jovens conversam encostados em carros e outros comem lanches na barraca próxima. E ainda duas senhoras carregam sacolas de compras de supermercado. Bem movimentado para uma quarta-feira às 20hs. (Diário de Campo, Cruzamento entre Chapéu Mangueira e Babilônia, abril de 2017).

Pelo que notei, o serviço de moto-táxi é uma prática importante das favelas, pois, mesmo que a subida inicial não seja tão íngreme, outros acessos já tornam o caminho mais cansativo. Além disso, as pessoas pareciam conhecer e manter uma relação com outros moradores. O trecho abaixo reforça esta percepção:

---

<sup>12</sup> Consiste em um pente ou chapa feito de ferro esquentado a fogo, alisando temporariamente os fios.



Realizei uma entrevista na casa de uma informante e ela se dispõe em me levar até a rua principal. No caminho, que não levou nem 10 minutos de descida, paramos para falar com pelo menos quatro pessoas. Ela conversa com duas meninas sobre uma festa que aconteceria no fim do dia. Cumprimenta um rapaz em um bar e quando estamos prestes a nos despedir explica sobre o ferimento em seu braço esquerdo para uma outra conhecida que encontra na rua. (Diário de Campo, Babilônia, maio de 2017).

Através desse relato, pode-se perceber que as relações de sociabilidade são muito presentes no cotidiano dos moradores. Os grandes pontos de encontro são ao redor da quadra do CETEP mencionada acima.

Pensando um pouco sobre a sociabilidade, percebi que o CETEP, em especial sua quadra, aparece como ambiente de concorrência nas localidades. Originalmente, havia uma quadra, muito utilizada para bailes funk, construída pelos traficantes do local. O Estado apropriou-se do local e implementou o Centro, mas à custa da proibição dos bailes, havendo então uma certa resistência de alguns moradores a essa intervenção estatal. Percebe-se que, apesar de ser um espaço central entre ambas as favelas, a quadra, por não ser mais gerida por moradores do local, não é vista unanimemente de forma positiva.

Entretanto, talvez por localizar-se na divisão entre as duas favelas, como também pela sua importância histórica para o local, a quadra ainda me parece forte elemento sociabilizador. Fui em duas festas promovidas nesse local, com forte presença de moradores e visitantes. Em quase todas as vezes que passei por lá, havia forte movimento. Como descrevi em meu caderno de campo:

Hávamos marcado uma reunião para discutir sobre a instalação de um pré-vestibular comunitário, do qual me voluntariei para lecionar sociologia e que vai funcionar na Quadra do CETEP. O ponto de encontro foi marcado logo no topo da Ladeira Ary Barroso, em frente à quadra. Cheguei cedo ao local e resolvi subir a ladeira a pé, pois não acho a subida até a quadra tão íngreme. Desse modo pude observar um forte movimento de pessoas. Era um pouco antes de oito horas da noite de uma terça-feira, havia movimento de trabalhadores voltando para casa no moto-taxi, mas alguns compartilhavam do meu caminho a pé. Ao chegar no nível da quadra e como não conseguia contato com o morador que conhecia me senti um pouco deslocada. Minhas idas ao lugar eram sempre com propósitos, essa inclusive, mas me pareceu um pouco diferente. De qualquer modo, escolhi o muro lateral da quadra para me apoiar. Ao olhar para dentro da quadra percebo um forte movimento, um grupo de meninas e meninos, todos aparentando ter menos de 20 anos, ensaiam passos de dança. Espero cerca de uns 5 minutos com uma mulher encostada do meu lado. Ao percebermos que estávamos ali pelo mesmo motivo, ela me conta que mora no Chapéu Mangueira e é professora de biologia voluntária do futuro pré-vestibular. Pergunto a ela se sabe o motivo do grupo de jovens reunidos no

local. Ela então me explica que ouviu falar sobre ser um ensaio para uma festa de aniversário. (Chapéu Mangueira, abril de 2017).

Nesse relato, é possível perceber um certo desconforto que senti em relação a esperar sozinha na quadra. Acredito que essa dificuldade ocorreu porque não sabia muito bem em que posição me encontrava ali. Nas outras vezes, tinha ido com o papel claro de realizar a pesquisa, mas nesse episódio meu papel era outro (professora). Mas, estando no local, minha ação foi observar as relações ali presentes, o que gerou uma sensação contraditória e de um certo deslocamento. Agora, através do distanciamento da escrita, consigo reavaliar essa situação e entender que essa mistura de sentimentos e reações faz parte de uma pesquisa etnográfica.

A cena em si, das jovens dançando, não me surpreendeu. Apenas depois me dei conta que ela exemplificava meu sentimento em relação à quadra. Por mais que seja um espaço ambíguo, pelas suas formações e resquícios no cotidiano dos moradores, ele é um espaço central. Além disso, o fato do organizador do pré-vestibular citado e outras meninas que aceitaram conversar comigo marcarem encontros ali também me oferece pistas nesse sentido.

O curso de pré-vestibular a que me referi acima é uma iniciativa recente de Anderson "Lula", morador a que me referi ao narrar meu primeiro dia no campo. Essa ação surge após verificar que muitos moradores haviam se inscrito para o Exame Nacional do Ensino Médio, que fornece acesso ao ensino superior em universidades federais. Vi seu contato na busca de professores voluntários em uma rede social e me disponibilizei a lecionar aulas de sociologia, disciplina em que sou habilitada devido à minha formação em Ciências Sociais na graduação.

O próprio pré-vestibular deve ter seu início em julho de 2017 e será realizado nas dependências da quadra. E isso foi motivo de comemoração da parte de seu organizador, pois seria "bem no meio das duas favelas", conforme ele falou.

Em minha circulação pelas favelas, percebi que existem muitos bares em diferentes pontos, alguns famosos e outros não. Mas o comércio, no geral, só é mais desenvolvido na parte baixa das favelas. Um episódio ajuda a ilustrar esse pensamento:

Peguei um moto-táxi e pedi para saltar no Bar do Nica, localizado na Babilônia, conforme a informante me orientou. Foi bem rápido, mas confesso que fiquei meio perdida entre as subidas e vielas. Paguei um real a mais do que o que é cobrado até o nível da bifurcação entre as favelas. É a primeira vez que sou convidada para ir na casa de uma informante, as outras haviam marcado comigo em locais públicos. Como essa surgiu de uma indicação, acredito que já tenha tido mais segurança em me convidar. Ao descer do moto-táxi, informo à menina que marcou o encontro que cheguei e aguardo sua resposta. Ela estava me aguardando, mas demora um pouco para me responder. Um rapaz passa por mim de bicicleta e ele fala com a mulher no bar algo que não escutei e continua seu caminho. Pergunto se vende água no estabelecimento e recebo uma resposta negativa. Reparo que para venda dentro do bar existem alguns itens mais direcionados a mercados, como esponjas, vassouras e produtos de limpeza. Logo após, a menina com quem eu havia marcado chega, acompanhada da irmã mais nova. (Babilônia, março de 2017).

O "Bar do Nica", ponto do meu encontro com a informante, fica numa área mais alta da favela Babilônia. Nessa região notei que há uma menor presença de comércio. Assim, esse estabelecimento acabou diversificando suas funções para atender aos moradores.

Circulei em ambas as favelas, mas admito que minha entrada maior foi na Babilônia, onde duas meninas que lá moram me convidaram para ir em suas casas. Enquanto as moradoras do Chapéu Mangueira apenas marcavam comigo em ambientes públicos perto de suas casas, principalmente na quadra e em seus arredores.

Em minhas visitas às favelas, percebi que as suas vielas são, em grande maioria, asfaltadas. As casas que visitei são construídas com muita proximidade com as vizinhas. Inclusive, na entrevista com a Melissa, isso chamou minha atenção.

Ela colocou cadeiras na rua, para ficar de olho em sua irmã Vitória, 9 anos, que brincava por lá. Muitas pessoas passavam e falavam conosco. Mas a proximidade entre as casas era tão grande que a sua vizinha, Dani, 38 anos, sentiu-se à vontade para participar da conversa também. Ela deu importantes contribuições para refletir sobre os cabelos crespos e cacheados. (Diário de Campo, Conversa com Melissa, Babilônia, março de 2017).

Essas favelas são alvos de uma política de segurança pública por parte do Estado. Como já mencionado, há nas favelas uma Unidade de Polícia Pacificadora-UPP, desde 2009. Entretanto, as favelas ainda sofrem com a violência. Conforme relato:

Parei na barraca de lanches que fica em frente à quadra do Chapéu. Espero uma menina que marcou comigo naquele local. Três mulheres param perto

de mim e conversam antes de despedirem-se. Elas estão falando sobre os três dias seguidos de tiroteio que houve nas favelas. Uma delas narra que a casa ficou sem luz devido ao tiroteio. Pelo que entendi, uma bala causou um curto circuito na fiação elétrica. Não falam desse episódio como se fosse isolado, apenas falam em rezar para que melhore. (Diário de Campo, Chapéu Mangueira, junho de 2017).

Pelos constantes e recentes episódios de violência, pode-se perceber que a sensação de insegurança, infelizmente, faz parte da rotina dos moradores das favelas observadas. A política pública de segurança ainda mantém uma lógica de guerra às drogas. Há uma agressividade constante por parte do Estado.

Machado (2010) afirma que a relação entre segurança pública e favelas tem relação secular, pois, desde o primeiro reconhecimento da existência de favelas na cidade do Rio de Janeiro, as favelas já eram criminalizadas e marginalizadas pelo Estado. Segundo Burgos (2011), a territorialização do tráfico nas favelas é encarada pelo poder público através de uma linguagem de guerra (pela conquista de territórios e ações repressivas), elegendo o tráfico como inimigo a ser destruído. Mesmo as UPPs, que pretendiam firmar-se como polícia de proximidade, com ação baseada na prevenção e mediação, não mudou a lógica de atuação.

Segundo Valladares (2005), existem dogmas recorrentes que ajudam no processo de cristalização da representação da favela enquanto lugar da pobreza ou uma visão de que as favelas são todas parecidas. Em contraponto a essa perspectiva estigmatizante, busca-se aqui complexificar e pluralizar a compreensão desse território. É importante admitir que seja um equívoco considerar a favela apenas como lugar de pobreza, já que diferentes níveis de desigualdades de renda e de poder de consumo estão presentes em várias delas (VALLADARES, 2005).

O historiador Mario Brum, em seu livro *Cidade Alta: História, memórias e estigma de favela num conjunto habitacional do Rio de Janeiro* (2011), discute os estigmas que essas localidades podem carregar. Para ele, desde sua origem a favela já possui estigmas a ela associados, pois esse termo designa uma área urbana considerada não moderna. Entretanto, Brum (2011) busca complexificar as compreensões sobre as favelas:

A favela não pode ser entendida simplesmente como o lugar da habitação das classes pobres na cidade, nem um mero espaço urbano segregado. Ela é uma formação complexa que surge a partir não só de dinâmicas internas, mas de interação com outros autores, que atribuem a um determinado

espaço urbano, a partir de um conjunto de características, em diversos aspectos (ambientais, econômicos, sociais, etc.), a acusação de "destoar" e/ou "degradar" o entorno e, em conjunto, a cidade como um todo. (BRUM, 2011, p. 35).

Ana Lucia Enne faz uma breve, mas significativa conceitualização sobre o uso desse termo. A autora ressalta que os espaços geográficos são, antes de tudo, espaços sociais, resultantes de intervenções e interpretações.

Favela é, desde sua origem, uma palavra atravessada por um sentido simbólico, de acordo com as versões mais correntes acerca do nascimento da expressão para denominar uma das primeiras precárias formações residenciais em morros do Rio de Janeiro. Por alargamento e empréstimo, passou a designar todas as formações residenciais semelhantes e, com o passar do tempo, atravessou múltiplos processos de significação, a maioria deles generalista e estigmatizante, embora sempre um vocábulo em disputa significativa, ora valorado, ora depreciado, ora complexificado e analisado, ora simplificado e cristalizado. (ENNE, 2012::32)

É importante destacar que os lugares são construídos socialmente e, portanto, carregados de sentidos e interpretações. Dentro dessa lógica, favelas não podem ser percebidas de maneiras cristalizadas, é necessário perceber as polissemias e disputas que permeiam esses territórios. As favelas devem ser reconhecidas enquanto espaços centrais para a formação de uma identidade urbana.

Jailson de Souza (2012a) percebe as favelas como espaços com múltiplas demandas, obviamente, como outros territórios da cidade. Assim, apesar das carências, irregularidades, ausência de equipamentos e serviços urbanos, também é importante reconhecer as inúmeras positivities, inovações e paisagens existentes nas favelas.

Entretanto, dar um fim à estigmatização de grupos sociais não é apenas uma questão simbólica. Diretos básicos ainda não estão garantidos em muitas favelas cariocas. Como ressalta Adriana Facina:

Elas são muito importantes, mas dependem de políticas públicas que de fato mudem as vidas das pessoas, que integrem os favelados, os pobres da cidade, de formas mais igualitárias, e não de formas subalternizadas como a gente tem hoje. Isso implicaria você ter outra cidade, portanto, outra sociedade: mais permeável, mais acessível, mais aberta ao diálogo entre os diferentes. (FACINA, 2014: 1).

Continuando nessa linha de pensamento, percebo que as próprias performances dos moradores são contraditórias em relação ao local onde moram.

Essa relação configura-se desse modo devido ao fato dessas favelas estarem localizadas na Zona Sul, uma região privilegiada da Cidade do Rio de Janeiro. Desse modo, pessoas que habitam ambos os ambientes têm formações ambivalentes nas construções de suas performances.

## 1. 2 Performance e estética

Nessa seção, procuro aprofundar os conceitos de performance e estética, pois essas concepções aparecem como centrais para compreender as identidades dos moradores das favelas Babilônia e Chapéu Mangueira. A performance aparece de forma ambígua em relação ao território. Já a estética faz referência à reflexão sobre as manifestações artísticas e às discussões a respeito da beleza e as sensações que ela provoca nos indivíduos.

Após uma breve conceitualização sobre o termo, serão salientadas algumas das estéticas das favelas apresentadas na pesquisa. Esses elementos aparecem conjugados, pois, nesse trabalho, procuro analisar as construções estéticas que auxiliam nos processos de performances identitárias.

O conceito de performance possui significados múltiplos e, fugindo de um esvaziamento do termo, busco pensar performance como conjunto de ferramentas que atuam na configuração do indivíduo (GOFFMAN, 2009), surgida da preocupação em identificar como as pessoas constroem e produzem suas identidades (BAUMAN *apud*. LANGDON, 2006). Assim, a performance é uma situação onde a função poética é dominante no evento de comunicação. As formas dos atos performáticos são variadas e diversas, construídas em contextos culturais específicos.

Em seu primeiro livro, Bauman (1977) definiu performance como um evento comunicativo no qual a função poética é dominante, sendo que a experiência invocada pela performance é consequência dos mecanismos poéticos e estéticos produzidos através de vários meios comunicativos simultâneos. (LANGDON, 2006:166)

Nota-se que a performance é um evento situado num contexto construído pelos participantes, informando papéis sociais e maneiras de agir e expressar. Ela é um ato de comunicação, mas sua principal característica é possuir uma função

expressiva ou "poética". A função poética ressalta o modo de expressar a mensagem e não o conteúdo da mensagem (LANGDON, 2006). O interesse de análise está, portanto, em como as performances são construídas pelos participantes do evento, para tal examina-se o ato e o evento da performance. Um dos fatores que destaca-se como sinal de evento performático é o local, ajudando a determinar como as identidades são construídas pelos participantes da situação performática (evento).

A estética faz referência à reflexão sobre as manifestações artísticas e as discussões a respeito da beleza e as sensações que ela provoca nos indivíduos. Como indico acima, o que nos interessa, nesta dissertação, é pensar como as construções estéticas auxiliam nos processos de performances identitárias.

A estética visual está muito ligada às ideias de belo versus feio. Nesse ponto é importante lembrar que essas noções são construídas culturalmente. As estéticas e seus usos devem ser compreendidos por referência às diversas formas culturais: o cabelo, roupas, aparência física, lugares, músicas, obras de arte etc.

Ela também pode ser utilizada para classificações culturais em relação ao belo funcional, onde sua finalidade é avaliada em critérios funcionais (pedagógica, moral, política, religiosa, ideológica). Vidal (1992) apresenta uma preocupação antropológica com a estética, salientando que ela não está ligada diretamente ao objeto, mas à ação humana. Assim, a estética é entendida a partir das manifestações sociais e culturais dos grupos estudados. Sua capacidade de interação e transformação que é ressaltada.

Desse modo, indo além de estética apenas como julgamento da beleza e gosto, entendo esse conceito como recurso de demonstração das mediações que constituem a vida social, recuperando a relação entre forma e conteúdo. O valor desse conceito está na capacidade de afetar os sujeitos indo além da objetificação. A estética produz aparência, mas vai além, pois seus códigos ultrapassam a significação visível. Assim a estética, enquanto discurso não oral, é uma importante ferramenta de acesso a elementos sociais, como às políticas, subjetividades, identidades. Ela revela então seu potencial político, sendo porta de entrada para questões evitadas ou discutidas de maneira velada.

A análise aqui realizada concentra como público-alvo os jovens, pois, mais do que outros sujeitos sociais, são eles que têm explorado a construção de sua identidade atrelada tanto ao território, como também em relação às expressões corporais e bens de consumo. Através de suas manipulações corporais, que nessa dissertação focamos especialmente no cabelo, e o sentido atribuído aos produtos voltados para isso, é que se formam seus estilos de vida e sua relação com a sociedade.

Assim, ao estudar jovens moradores de favelas, procuro levar em consideração seu contexto social. Busco compreender esse local além de seus termos espaciais. Aqui, analiso o processo da configuração de subjetividades através do cabelo nas favelas do Complexo da Babilônia, sem deixar de perceber que essa região é marcada por sistemas classificatórios que influenciam seus moradores.

Pierre Bourdieu, em seu artigo "A juventude é apenas uma palavra" (1983), afirma que a noção de juventude é uma construção social, por mais que se tente universalizar esse conceito. Essas classificações teriam sido inventadas para instituir uma divisão de poder e exercer coerção social. A categoria juventude deve ser percebida através de uma construção de significados. Desse modo, percebo o caráter cultural desse fenômeno social, cujas representações sociais destacam seu caráter múltiplo e simbólico, e que estão relacionadas aos gostos, valores e padrões da cultura do consumo.

Para Regina Novaes (2007), embora exista variação nos limites de idade, na sociedade moderna, a juventude é compreendida como um tempo de construção de identidades e de definição de projetos de futuro. Desse modo, essa é a fase da vida mais marcada por ambivalências.

Ana Enne, no artigo "Juventude como espírito do tempo, faixa etária e estilo de vida" (2010), demonstra que a consolidação do "sujeito jovem" é uma construção histórica ligada a fatores de definição relativos à faixa etária e estilo de vida, que só vão se fortalecer na geração dos anos 1950 e 1960. Percebe-se, então, que a categoria juventude tem forte em relação com a modernidade ocidental e depois globalizada.



Portanto, entendemos que, como espírito do tempo, "juventude" é signo vital do ser moderno. E a aceitação e valorização da ideia precedem, nesse sentido, a própria aceitação e valorização do sujeito concreto jovem, no que se refere à faixa etária, ou seja, etapa intermediária entre a infância e a vida adulta, que convencionalmente se estende, com variações, em torno da faixa que vai dos 15 aos 25 anos (ao menos no que se refere aos padrões socioculturais do ocidente pós-50, que estamos abordando aqui). (ENNE, 2010:19).

Enne (2010) argumenta que a noção de juventude nessa sociedade é relacionada a um "espírito do tempo", constituinte da modernidade ocidental. Esse sinal dos tempos modernos é caracterizado como o lócus da transformação, da ruptura e inovação. Nota-se ainda que a categoria juventude atualmente é vista como um estilo de vida, que ampliou muito a delimitação etária, graças principalmente à consolidação de uma cultura do consumo.

Cabe ressaltar que essa construção identitária juvenil está inserida na ambiguidade constitutiva da modernidade, onde o indivíduo construirá seu estilo de vida em interação com outros indivíduos e estilos de vida apesar do forte aspecto individual. As identidades juvenis também são afetadas pelos processos de continuidades e rupturas inerentes ao processo histórico formador da modernidade.

Regina Novaes (2007) ressalta que existem diferentes segmentos juvenis, que formam um complexo caleidoscópico no qual se entrelaçam indicadores sociais reveladores. Nesse ponto, é importante salientar que não há um estilo de vida jovem, mas sim uma pluralidade de estilos de vida juvenis, com pontos semelhantes e divergentes em suas trajetórias e ações, que se diversificam a partir de distintos marcadores sociais e simbólicos. Ademais, Gilberto Velho também ressalta o aspecto plural e a heterogeneidade da categoria juventude. Assim uma investigação sobre as culturas juvenis implica:

Mapear e analisar os multipertencimentos dos jovens. Ao considerarmos sua pluralidade de experiências, contudo, devemos lembrar que não se trata de experiências indiferenciadas, "elas têm pesos, valores e significados específicos que precisam ser analisados tendo como referência básica os pontos de vista e visões de mundo das categorias sociais consideradas" (VELHO, 2006:193).

Nota-se que esse universo juvenil é composto de diferentes experiências de ser jovem. As juventudes, portanto, podem ser desiguais mesmo para jovens com a mesma idade. Nesse sentido, Novaes (2007) salienta que atualmente existem jovens que são vistos com preconceito por morarem em áreas pobres classificadas

como violentas. Essa discriminação por endereço restringe o acesso de jovens moradores de favelas a direitos básicos. Ana Enne (2010) afirma que há uma necessidade de resistir e re-existir dos jovens de periferia de forma mais acentuada, pois eles possuem menos formas de capital consagrado para criar margens de manobra em relação aos limites instituídos.

O processo de constituição das identidades no mundo contemporâneo é extremamente complexo. Ana Enne (2006) afirma que já é evidente a percepção de que as identidades não se constroem essencialmente e de forma fixa, graças ao processo histórico que marca em particular a consolidação da classe média no Ocidente no decorrer do século XX, gerando a complexidade da vida social e as múltiplas possibilidades de construção da subjetividade. Para a autora:

Com o esgarçamento dos laços tradicionais, especialmente para os setores médios urbanos do mundo capitalista, os lugares de ancoragem das identidades individuais e sociais cada vez mais irão ser buscados em outras referências, dentre as quais destacamos a relação entre corpo, consumo e mídia. (ENNE, 2006:22).

O processo histórico que irá configurar a modernidade contemporânea é formado por continuidades e rupturas e que, posteriormente, como um dos efeitos da globalização, construirá também a lógica identitária midiaticizada e consumista que será partilhada atualmente. A construção de uma performance não foge desses elementos.

Em especial, jovens de favelas necessitam utilizar ferramentas e recursos para publicizarem e expandirem suas perspectivas e estilos de vida. Desse modo, destaco aqui as performances coletivas presentes nos cotidiano dos habitantes das favelas pesquisadas. As performances pessoais aparecem, por exemplo, quando pensamos a relação das informantes com as formas de usar os cabelos<sup>13</sup>.

### *1.2.1 Performance ambígua: Circularidade dos moradores na Zona Sul Carioca*

---

<sup>13</sup> Essa discussão sobre as performances pessoais e sua relação com os cabelos encontra-se aprofundada no segundo capítulo.

O sociólogo Erving Goffman (2009) afirma que a apresentação do eu, consciente ou não, estabelece-se no contato recíproco entre os indivíduos, ou seja, na interação entre eles. O sujeito é também produto da percepção do seu outro e do seu meio, independentemente do que ele esteja tentando ou acreditando comunicar.

Na contexto situacional há uma realização dramática, fazendo com que o espectador tenha uma impressão positiva de sua performance, legitimando-a. Ele parte de uma perspectiva da representação teatral, da maneira como os indivíduos apresentam cotidianamente a si mesmos desempenhando um papel. É um modelo de compreensão social na interação com representação dramática. Como afirma Goffman:

Mais importante talvez, é o fato de que no palco um ator se apresenta sob a máscara de um personagem para personagens projetados por outros atores. A platéia constitui um terceiro elemento de correlação, elemento que é essencial, e que entretanto, se a representação fosse real, não estaria lá. Na vida real, os três elementos ficam reduzidos a dois: o papel que um indivíduo representa é talhado de acordo com os papéis desempenhados pelos outros presentes e, ainda esses outros constituem a platéia. (GOFFMAN, 2009: 9)

Desse modo, cada interação social se estabelece situacionalmente de acordo com os atores, com a platéia, mas admitindo que existem as expectativas estabelecidas entre eles. Nessa perspectiva teatral, ao exercer um determinado papel na sociedade, o indivíduo está solicitando que sua platéia acredite em sua atuação. Estas formas de atuação fazem parte das representações e performances das pessoas (GOFFMAN, 2009).

A realidade complexa das favelas influencia a constituição das performances de seus moradores. A favela é, então, lugar de ambivalências, desigualdades, heterogeneidades e contradições. Os moradores dessas áreas são historicamente excluídos e estigmatizados pelos poderes dominantes. Entretanto, cada vez mais, eles têm se colocado enquanto sujeitos ativos nas disputas em torno da luta cultural, pois estão buscando recursos que os insiram nas esferas de produção de sentido. Desse modo, as performances específicas dos moradores do Chapéu Mangueira e Babilônia também estão atreladas a essa constituição enquanto favela.

A representação ou performance é elaborada previamente nos bastidores e executada por meio da mobilização dos diversos equipamentos expressivos. Esses

elementos são denominados fachada e podem ser tanto sociais quanto pessoais: “Fachada, portanto, é o equipamento expressivo de tipo padronizado intencional ou inconscientemente empregado pelo indivíduo durante sua representação.” (GOFFMAN, 2009: 29).

Goffman defende que a performance identitária, esse ato de comunicação que estamos destrinchando, pode ser tanto social como individual. A fachada social abarca o cenário que serve de palco para o desenrolar da ação. A fachada pessoal envolve aparência, revelando o tipo de atividade que o sujeito, ou ator social, dedica-se em certa situação.

Da mesma forma, tais representações podem ser percebidas como cerimônias quando reforçam “valores oficiais comuns da sociedade” e, portanto, idealizados pelos espectadores. (GOFFMAN, 2009:41). A identidade é construída através de uma performance, um arranjo que converte um ou mais indivíduos em atores sociais e os outros indivíduos em espectadores. Pensamos assim numa identidade performática. Quando pensamos favela como território, remetemos às construções simbólicas e experiências que implicam em processos de formação de performances identitárias dos indivíduos que habitam essas localidades.

Defendo que a construção de uma auto-imagem dos moradores dessas favelas e suas atuações sociais passam por uma performance identitária ambígua em relação ao lugar de moradia. Nesse sentido, o conceito de fachada ou cenário social (GOFFMAN, 2009) fornece elementos conceituais para compreensão desse fenômeno.

A fachada social refere-se a elementos relacionados à imagem dos atores sociais em representações sociais. Através de uma experiência, pode-se supor que certos tipos de indivíduos são encontrados em determinado cenário social.

A performance coletiva ou fachada social são elementos que vão constituir os suportes do palco, que é o cenário para o desenrolar da ação humana. Os moradores das favelas Babilônia e Chapéu Mangueira utilizam essas fachadas sociais nas construções de suas identidades. E essas performances tendem a mostrarem-se ambíguas. Nesse sentido:

[...] uma determinada fachada social tende a se tornar institucionalizada em termos das expectativas estereotipadas abstratas às quais dá lugar e tende a receber um sentido e uma estabilidade à parte das tarefas específicas que

no momento são realizadas em seu nome. A fachada torna-se uma "representação coletiva" e um fato por direito próprio. Quando um ator assume um papel social estabelecido, geralmente verifica que uma determinada fachada já foi estabelecida para esse papel. (GOFFMAN, 2009:34).

Percebe-se que a performance coletiva é ativada por uma fachada social pré-existente, baseada em uma "impressão idealizada" (GOFFMAN, 2009). Essa impressão idealizada é aquela que expressa os valores mais importantes para um grupo, que pauta o que é permitido em cada papel, mas também recebe influências sociais. Sendo assim, os valores em jogo induzem as performances.

As representações e performances aparecem então motivadas através das manobras dos comportamentos e condutas de comunicação. Assim, mesmo que nem sempre de forma consciente, há uma dinâmica que nos orienta nos ambientes em que estamos inseridos, expressa em nossas ações e performances. Os códigos de atuação estão presentes nos ambientes, e com as favelas não é diferente. Dentro dessa perspectiva, percebo que as performances são construídas pelos agentes que interagem nas favelas da Babilônia e Chapéu Mangueira.

A breve descrição das entradas das favelas, realizada acima, ajuda a perceber os contrastes e as contradições que permeiam as vidas dos moradores. De um lado, transitam por aspectos de uma área dita como "nobre" da cidade, com seus privilégios não só naturais e arquitetônicos, como econômicos e sociais. De outro, habitam as favelas, que, mesmo frente a todas as suas complexidades, são localidades que sofrem um forte processo estigmatizante e de criminalização da pobreza, passando por enormes violências e violações do Estado. Entretanto, há uma circularidade nas relações sociais.

Paul Zumthor (apud. PEREIRA, 2009) também afirma que a performance é central nesse campo. Estudando a performance de obras literárias, Zumthor percebe uma interação entre o transmissor da mensagem e o receptor. Assim, admite o contexto do indivíduo influenciando sua performance, tanto cultural como situacional. Nessa interação, a performance modifica o conhecimento que temos sobre o outro, pois ela torna-se uma marca que distingue-se de outros modos de comunicação existentes, sendo o que ele denomina de "comunicação poética". Nota-se que a performance consiste na ação que traduz a mensagem na interação, permitindo um diálogo entre os indivíduos.

Nota-se, então, que essas fronteiras são móveis e os territórios urbanos estão inseridos nessa complexa relação, onde mesmo em áreas convencionadas como “nobres” coexistem espaços categorizados como de “periferias”. Devido à sua localização em um território considerado “nobre” da cidade, a Zona Sul do Rio de Janeiro, observa-se a construção de performances ambíguas nas favelas do Morro da Babilônia.

A composição da entrada principal de ambas as favelas sugere uma integração entre seus habitantes e "a rua".<sup>14</sup> Há uma forte circulação dos moradores das favelas no bairro do Leme e adjacências. Segundo relatos, essa forte relação e trânsito com a cidade não ocorre apenas para trabalhar, motivo que estimulou a ocupação do local, mas também para acesso ao lazer, serviços e consumo. Em alguma medida, os moradores das duas favelas percebem-se como culturalmente próximos à "rua".

No início cortava em qualquer salão, mas agora só corto em um salão especializado em Copa. Lá eles fazem o corte seco, que eu vi ser o melhor. [...] Cuidar de cabelo liso é mais fácil, né? Eu acabo gastando muito dinheiro pra manter meu cabelo cheio e bonito, não pode usar sempre o mesmo produto porque o cabelo vicia... (Entrevista com Solange, Chapéu Mangueira, agosto de 2016).

Esse depoimento aponta para essa circulação dentro dos bairros da Zona Sul, pois o serviço de corte de cabelo é realizado em Copacabana, bairro próximo ao Leme e famoso por suas atrações turísticas. Mesmo não sendo integrantes daquilo que se convencionou como sendo a parte “nobre” da cidade, os moradores da Babilônia e Chapéu Mangueira mantêm uma circularidade, provocando uma relação direta com a cidade em que vivem.

A construção de suas performances passa então pela ambigüidade relativa à sua circularidade e aproximação com elementos identificados à região vista como valorizada, ao mesmo tempo em que percebem-se enquanto moradores de favelas. Essas performances sofrem impactos desses dois ambientes.

Estamos nos despedindo. Uma das meninas que conversou comigo vira e fala espontaneamente: "Essa é a melhor favela da Zona Sul".  
Eu indago: Por quê?

---

<sup>14</sup> Expressão utilizada por habitantes das favelas pesquisadas para designar espaço urbanizado, de conotação social privilegiada, em oposição espacial à favela.

Ela: É a mais organizada e a mais limpinha... Mas nem tanto. Mas eu gosto mais dela que das outras. (Diário de Campo, Conversa com Melissa, Babilônia, março de 2017)

Nesse diálogo, nota-se certo enaltecimento na comparação com outras favelas da Zona Sul carioca. Essa valorização está alinhada com uma performance ambivalente.

A praia parece ser um elemento central nesse processo. É importante lembrar que as duas favelas encontram-se muito perto da praia do Leme e seus moradores fazem bom uso dessa proximidade, considerando-se uma comunidade praieira. Em minhas entrevistas, a praia aparece descrita como "quintal de casa", demonstrando a familiaridade e a importância que ela passa para os moradores do Morro da Babilônia.

Minha casa é só eu descer a ladeira, viu e já tô na praia praticamente... É bem perto, quase um quintal de casa. No verão normalmente eu vou mais. (Entrevista com Marcia, 16 anos, Babilônia, janeiro de 2017)

O fato de serem alvo de destino turístico e midiático também influencia nessa composição ambígua da performance dos moradores da Babilônia e Chapéu Mangueira. As favelas aqui abordadas foram cenário de diversos filmes, tais como *Orfeu negro* (1959), de Marcel Camus, e *Tropa de Elite* (2007), de José Padilha. Além disso, também serviu de inspiração para dois documentários: *Chapéu Mangueira e Babilônia – histórias do morro* (1999), de Consuelo Lins, e *Babilônia 2000* (1999), de Eduardo Coutinho. Mais recentemente, em 2015, a favela da Babilônia apareceu com destaque na novela da Rede Globo de Televisão que, inclusive, recebeu o nome dessa localidade.

Bianca Freire-Medeiros (2006), ao examinar o processo de elaboração e venda das favelas cariocas como destino turístico, chamou atenção para o caráter turístico do Morro da Babilônia. Organizados em torno da CoopBabilônia, os moradores organizavam os passeios pela favela e encaravam o turismo como uma possibilidade de desenvolvimento sustentável. Atualmente, estas favelas são também conhecidas como uma das portas de entrada para o recém-criado Parque Natural Municipal da Paisagem Carioca, que se estende da Ilha de Cotunduba até o Parque da Chacrinha em Copacabana. Há uma APA (Área de Preservação Ambiental) instalada no local.

Além disso, é necessário destacar, mesmo que rapidamente, o papel que a UPP pode exercer na imagem das favelas. No artigo "O *Efeito UPP* na Percepção dos Moradores das Favelas", Marcelo Burgos e outros pesquisadores procuram entender o que os moradores de quatro favelas, entre elas a Babilônia, pensam das UPPs. O artigo é de 2011, ou seja, anterior aos grandes eventos que a cidade do Rio de Janeiro passou, contudo, muitos moradores da favela no Leme já identificavam uma relação de causalidade entre a UPP e esses eventos internacionais como a Copa Mundial de Futebol, realizada em 2014, e as Olimpíadas realizadas em 2016.

O artigo deixa claro que, desde 2011, o discurso dos moradores sobre a UPP é complexo. É destacado ainda que, apesar dessa desconfiança, os moradores da favela no Leme também percebiam uma mudança na autoimagem devido a uma mudança externa da representação sobre a favela. Entretanto, esse programa não extingue uma lógica de guerra (Burgos, 2011) dentro das favelas cariocas, pois define os traficantes como inimigos. Cria-se então um forte sentimento de desconfiança.

Atualmente, passados os grandes eventos, a localidade ainda sofre com a guerra urbana implementada às drogas. Há uma grande circulação de turistas e moradores de outras partes da cidade tanto na Babilônia quanto no Chapéu Mangueira, como pude verificar em minhas visitas de campo.

A mudança na autoimagem dos moradores das favelas devido à UPP reflete-se em outro exemplo dessa performance mista. A denominação "Morro do Leme"<sup>15</sup> aparece no processo pós ocupação da Unidade de Polícia Pacificadora. Em meus contatos com moradores da localidade, essa nova denominação é muito utilizada para referir-se ao morro que abriga as favelas. Insere a localidade em uma lógica da Zona Sul, pois inclui uma referência direta ao bairro do Leme, parte "nobre" da cidade. Esse uso age como ferramenta de aproximação com a parte da cidade normalmente valorizada. Nas falas dos moradores, aparece atuando numa espécie de redutor de estigmas associados às favelas, tais como pobreza e marginalidade. Entretanto, percebo que esse termo deve ser complexificado, pois oferece portas

---

<sup>15</sup> Nessa pesquisa não faço uso desse termo, pois procuro não dar voz à esse processo de gentrificação do Morro, por entender que não contribui de fato para reversão do processo de estigmatização.



para um processo de gentrificação do Morro da Babilônia e suas favelas. O uso desse termo por moradores das favelas mostra uma das faces de sua performance ambígua, aquela voltada para a aproximação cultural com a região vista como “nobre”.

Ao refletir sobre essa performance mista, ambígua, baseada na circularidade em áreas além das favelas onde os sujeitos moram, a idéia de que o Rio de Janeiro é uma cidade "partida" merece ser discutida. Essa expressão faz referência ao livro homônimo do jornalista Zuenir Ventura, onde este denuncia uma relação dissonante, provocada pelas estruturas de poder, entre os sujeitos e territórios da cidade do Rio de Janeiro.

Entretanto, os argumentos apresentados aqui e verificados em campo demonstram uma aproximação muito maior com a crítica que esse conceito sofre a partir do geógrafo Jailson de Souza (2012b), onde ele defende que "a cidade é atravessada por um conjunto de práticas de circulação que faz com que ela não seja 'partida' para os pobres, pelo menos não na dimensão da inserção no território, de forma global. Eles buscam “viver a cidade de forma plena" (SOUZA, 2012b: 20). Souza (2012b) assume que o Estado e o Mercado é que devem ser entendidos enquanto "partidos", pois eles são dominados por interesses e servem apenas a alguns grupos sociais específicos. Nesse sentido, SOUZA (2003) destaca que historicamente a cidade possui uma dinâmica plural, mas única:

O equívoco fundamental dessa visão sociocêntrica, referenciada nos setores médios da cidade e massificada pelos meios de comunicação, é considerar que as distinções espacial, econômica e cultural, manifestas na demarcação de territórios dos diversos grupos sociais residentes na cidade, são suficientes para esfacelar a cidade. Não é partida uma cidade que construiu e constrói os vínculos históricos, econômicos, políticos, culturais existentes no Rio de Janeiro; onde se manifesta uma rica circularidade dos grupos sociais, em particular os populares. Essa dinâmica histórica gerou uma cidade plural, mas única, decorrente das variadas formas de encontros e distâncias estabelecidas no cotidiano dos cariocas. O fato dos setores que habitam os espaços formais não a perceberem, de forma ampliada, não impede que ela exista. A cidade é uma só. Os processos de surgimento, expansão e consolidação das favelas, acelerados a partir da década de 90, contribuíram para constituir o Rio de Janeiro em seu formato atual, para o bem e para o mal. (SOUZA, 2003:01).

Percebe-se então essa circularidade dos grupos sociais com a cidade presente na performance dos moradores das favelas da Babilônia e Chapéu Mangueira. Entretanto, não quero afirmar que todos os moradores de favelas da

cidade do Rio de Janeiro apresentam essa mesma relação de identificação performática, mesmo em favelas que encontram-se também na Zona Sul do Rio de Janeiro. As favelas existentes em outras regiões encontram uma diferença simbólica ainda mais distinta.

Mesmo que outras favelas da cidade também tenham uma circularidade com a cidade, como defende Souza (2012b), a formação dessa performance peculiar à Babilônia e Chapéu Mangueira aparece nos discursos, fachadas e ações de seus moradores. Além disso, saliento que as estéticas do lugar são mais uma ferramenta nessa performance ambígua.

### *1.2.2 As estéticas na Babilônia e Chapéu Mangueira*

É importante salientar que a construção dessa performance passa também por uma identificação com elementos associados à favela, sempre entendida dentro da complexidade que o termo sugere. Alguns desses elementos estão presentes nas estéticas dessas localidades.

As favelas, assim como outros territórios da cidade, possuem as suas estéticas. Quando pensa-se sobre essas localidades e seus atores sociais, é importante não etiquetar sua violência, e sim dar voz aos mesmos. Os moradores dessas áreas são historicamente excluídos e estigmatizados pelos poderes dominantes.

Nesse sentido, uma teoria que enxergue as favelas através de uma perspectiva pluralizante e problematize as representações cristalizadas sobre essas localidades é essencial para uma compreensão desse território. Assim, Valladares (2005) e Jailson de Souza (2012a) aparecem como autores centrais, pois complexificam a favela como lugar da pobreza e reconhecem suas múltiplas demandas. A favela é compreendida, então, como lugar de ambivalências, desigualdades, heterogeneidades e contradições. Adriana Facina, ao pensar sobre a dimensão material da cultura nas favelas cariocas, fornece um exemplo dessa perspectiva:

A despeito do baixo investimento estatal e privado, existe nesses espaços extensa produção cultural. Bailes funk, ensaios de escola de samba, folia de reis, rodas de samba, eventos de hip hop, grafiteagem, aulas de break e dança funk, shows são parte do seu cotidiano cultural. Tudo isso confirma a ideia proposta por autores como Lícia Valladares que apontam para as favelas não só como lugar da pobreza e da miséria, mas sobretudo, espaço de mobilidade social, de diversidade e de resistência à desigualdade social. Decorre daí a importância de fortalecer e articular essa produção, no sentido de torná-la alternativa econômica e também de vida para as populações faveladas. (FACINA, 2011: 90).

Segundo Ana Enne e Mariana Gomes (2013), as classes dominantes, através do controle dos principais meios de comunicação, como a mídia tradicional e as indústrias culturais, silenciam sujeitos submetidos a condições subalternizadas economicamente, tal como as favelas. Assim, as estéticas que não condizem com o que a cidade deseja acabam rejeitadas e esquecidas.

Entretanto, cada vez mais, os que residem em favelas têm se colocado enquanto sujeitos ativos nas disputas em torno da luta cultural, pois estão buscando recursos que os insiram nas esferas de produção de sentido. Percebe-se que especialmente os jovens utilizam-se de novos recursos comunicacionais para superar as barreiras físicas e simbólicas que imperam sobre eles. Diversos cenários estéticos e culturais das favelas começam a despontar, não necessitando do aval dos centros hegemônicos.

Defendo aqui que as performances têm relação com as estéticas presentes nesses lugares, principalmente aquelas relacionadas à dimensão da cultura material. Além da quadra, a qual mencionei anteriormente, outros espaços podem ser percebidos como importantes.

As estéticas aparecem como um aspecto central na composição dessas duas favelas. As favelas da Babilônia e Chapéu Mangueira têm uma forte relação com bailes funk e festas em geral. Além disso, existem alguns hostels, um mirante, lanchonetes, bares e outros pontos de cultura e entretenimento, tal como o Galpão das Artes<sup>16</sup> existente no Chapéu Mangueira.

---

<sup>16</sup> É um espaço que serve como centro de convivência, cultura e memória fundado por moradores do Chapéu Mangueira há algumas décadas e que passou por reforma em 2012. Segundo o site do Rio Mais Social, a reforma ocorreu por resultado da parceria entre poder público, privado e moradores do local. Fonte: <http://www.riomaissocial.org/2012/07/reforma-do-galpao-das-artes-e-inaugurada-no-chapeu-mangueira/>. Acessado em 29/06/2017.

Entretanto, segundo diversas entrevistadas, as favelas não possuem muitos salões de “beleza”. Essa informação partiu tanto de moradoras da Babilônia quanto do Chapéu Mangueira.

“Aqui não tem não, né? salão de beleza? [Perguntando pra vizinha, Dani, 38 anos]. (...) Tem a Val... O único salão que eu fui foi lá da rua mesmo, um que minha mãe trabalha, eu fui lá pra cortar meu cabelo. (...) Fui lá duas vezes. Não, fui três vezes. Primeiro pra raspar, que era quando eu usava meu cabelo relaxado. Aí eu raspei do lado, depois pra cortar e depois pra cortar de novo. Mas normalmente quem corta quando eu preciso é a minha avó...” (Melissa, 17 anos, Babilônia, março de 2017)

“Não tem salões não, um ou dois na esquina... Mas de qualquer modo, eu uso o super relaxante do Beleza né? Aí não poderia fazer nenhum tratamento em outro lugar, porque senão meu cabelo cai. Eles recomendam isso quando a gente chega lá. E pra cortar... Quando eu corto, eu corto lá no Beleza, que eu vou lá no Beleza da Tijuca, aí quando eu corto, corto lá. Mas é muito difícil, que eu não gosto de cortar o cabelo, normalmente eu tiro as pontas em casa, só pra aparar...” (Tatiane, 18 anos, Leme, maio de 2017)

Em ambos os depoimentos, percebo que é narrada uma falta de salões que supram as necessidades da entrevistadas. A primeira ainda recorre à ajuda da vizinha, que assistia nossa entrevista. As duas entrevistadas fazem cortes no ambiente familiar, mas quando necessitaram de um profissional não recorreram aos poucos salões existentes nas favelas, mas sim a lugares “da rua”.

O Chapéu Mangueira abriga ainda o projeto “Casa na Árvore”, que oferece atenção à infância em favelas da cidade do Rio de Janeiro. Segundo a apresentação em seu site:

“A Casa da Árvore é uma instituição que desenvolve projetos de atenção à infância e seus cuidadores. Em sua origem teve como inspiração o trabalho realizado na Maison Verte, criada na França pela psicanalista Françoise Dolto. Os projetos desenvolvidos pela Casa da Árvore tem como base a criação de espaços de troca que favoreçam a ampliação do potencial criativo das crianças e de seus cuidadores, buscando a construção da autonomia e a promoção da saúde, além de disseminar uma ética de cuidado e valorização da infância e daqueles que dela se ocupam.”<sup>17</sup>

As favelas também são alvo de projetos culturais e sociais, resultado tanto de ações governamentais como de demandas sociais. Alguns exemplos são: o “Programa Territórios da Paz”, o “Rio Mais Social”<sup>18</sup> do governo do Estado. Mas

---

<sup>17</sup> Retirado do site: <http://casadaarvore.org.br/apresentacao/> em 10/04/2017.

<sup>18</sup> “Coordenado pelo Instituto Pereira Passos (IPP) em parceria com o ONU-Habitat – o Programa das Nações Unidas para Assentamentos Humanos –, o Rio+Social atua promovendo a melhoria na

também é ambiente de ações sociais não governamentais, como a escola da "Tia Percília"<sup>19</sup>, o "Favela Orgânica"<sup>20</sup> e o "Coletivo Fitando Arte"<sup>21</sup>.

Os habitantes das favelas percebem seu local de moradia como uma favela, considerando assim todas suas complexidades em relação ao lugar, mas sua identidade volta-se também para performances presentes na Zona Sul da cidade. Os moradores tanto da Babilônia como do Chapéu Mangueira relacionam-se com as praias, shoppings e outras áreas de lazer em seu entorno. Quando pensa-se em jovens em contextos subalternizados economicamente, como as favelas da Babilônia e Chapéu Mangueira, as estéticas podem ser um mecanismo de certa inclusão social, mas que carrega limites.

Jacques Rancière (2009; 2010) tenta estabelecer uma articulação entre política e estéticas. Ele concebe o conceito de "partilha do sensível" para pensar o recorte cultural. Nas palavras do filósofo:

Eu chamo de Partilha do sensível este sistema de evidências que dá a ver ao mesmo tempo a existência de um comum e as divisões que definem os lugares e as partes respectivas. Uma partilha do sensível fixa ao mesmo tempo um comum partilhado e partes exclusivas. Esta repartição das partes e dos lugares se funda sobre uma partilha dos espaços, dos tempos e das formas de atividades que determinam a maneira mesmo na qual um comum se presta a participação e na qual uns ou outros são parte desta partilha. (RANCIÈRE, 2009:15).

Para Rancière (2009), o comum, entendido tanto como público e privado, teria dimensões estéticas, pois essa ideia remete à partilha, havendo uma hierarquização. Assim, o comum organiza-se por essa "partilha sensível" que são estéticas e eminentemente política. As partilhas, esses recortes culturais, elegem alguns

---

qualidade de vida de populações que moram em áreas ocupadas por Unidades de Polícia Pacificadora (UPP)." Fonte: <http://www.riomaissocial.org/programa/>. Acessado em 29/06/2017.

<sup>19</sup> Criada em 1991, a Escolinha Tia Percília atua na Babilônia atendendo crianças entre 6 (seis) e 15 (quinze) anos, matriculadas na rede pública de ensino. "Visa promover o desenvolvimento social educativo e cultural dessas crianças". Desde 2002 atua com apoio do Viva Rio. Fonte: <http://www.escolinhatiapercilia.com.br/>. Acessado em 29/06/2017.

<sup>20</sup> Favela Orgânica é um projeto que nasceu em 2011, na comunidade da Babilônia e Chapéu Mangueira, na zona sul do Rio de Janeiro. Com o objetivo de ensinar moradores da região a aproveitarem os alimentos em sua totalidade. Fonte: <http://favelaorganica.com/pt/>. Acessado em 29/06/2017.

<sup>21</sup> É um projeto que surgiu com o apoio da Agência de Redes para a Juventude, uma organização não governamental que cria redes de estímulos para projetos de jovens de periferias do Rio de Janeiro. Segundo o site, "O projeto visa realizar oficinas de moda e design a partir do protagonismo feminino já existente na comunidade. O objetivo do coletivo é gerar mais renda para as mulheres da Babilônia/Chapéu Mangueira. Cestos feitos de sacola plástica e colares de trapilhos serão o produto final nessa primeira ação." Fonte: <http://agenciarj.org/ideias/fitando-arte/>. Acessado em 29/06/2017.

aspectos como valorizados e outros como estigmatizados. Mas há nesse recorte um atravessamento político, pois é um campo de forças e disputas.

A política advém quando aqueles que “não têm” tempo tomam esse tempo necessário para se colocar como habitantes de um espaço comum e para demonstrar que sim, suas bocas emitem uma palavra que enuncia algo do comum e não apenas uma voz que sinaliza a dor. Essa distribuição e essa redistribuição dos lugares e das identidades, esse corte e recorte dos espaços e dos tempos, do visível e do invisível, do barulho e da palavra constituem o que chamo de partilha do sensível. A política consiste em reconfigurar a partilha do sensível que define o comum de uma comunidade, em nela introduzir novos sujeitos e objetos, em tornar visível o que não era visto e fazer ouvir como falantes os que eram percebidos como animais barulhentos. (RANCIÈRE, 2010, p. 21).

Não quero fazer uma leitura simplista desse elemento. É importante salientar que as demandas estéticas, muitas vezes, também fazem parte de um ambiente mercadológico, obedecendo às demandas do capitalismo.<sup>22</sup> Acredito que é necessária a desconstrução de padrões que oprimam determinados grupos sociais. Entretanto, a dimensão política das estéticas surgem então como um mecanismo que auxilia no desmonte ou alteração de uma partilha pré estabelecida. Desse modo, as lutas estéticas são também lutas políticas. Nesse sentido, a tarefa de romper com o discurso único ainda parece ter as estéticas como campos de batalhas. As lutas pelas estéticas podem ajudar a dissolver um imaginário preconceituoso existente na sociedade brasileira, dando voz e papel ativo a grupos silenciados.

Babilônia e Chapéu Mangueira dividem o mesmo morro, mas possuem diferenças culturais. A favela da Babilônia é a mais famosa das duas, concentrando um amplo envolvimento na mídia, mas as duas têm um ambiente cultural plural, com as realizações de algumas festas e eventos. Em ambas as favelas existem diversos bares e lanchonetes. No Chapéu Mangueira, encontra-se o já mencionado "Bar do David". A favela da Babilônia possui uma grande disposição à religião evangélica, que refletiu no perfil das informantes. Das quinze entrevistadas, seis declararam-se freqüentadoras dessa religião.

Cada uma das favelas possui uma associação de moradores separada. A favela do Chapéu Mangueira tem um histórico político forte. A associação dessa

---

<sup>22</sup> Essa questão da ambigüidade dentro da estética será melhor desenvolvida no segundo capítulo dessa dissertação.

favela é antiga, datando do início da década de 1960. Conforme destaca Arruda (2006):

Em 1960, é criada a associação de moradores do Chapéu Mangueira, que constituiu a primeira diretoria reconhecida, não só pelos moradores, mas também pelos órgãos públicos com que estas pessoas se comunicavam. Já nessa época é possível perceber a preocupação com a organização social do grupo, que originou o aparecimento dos primeiros documentos. (Arruda, 2006:30).

A importância dessa associação é muito destacada em relação à resistência política na comunidade durante a ditadura militar e na busca por melhorias da qualidade de vida em geral. Segundo Arruda (2006), os créditos da formação dessa associação deve-se a Renné de L'Orme, missionária de origem francesa, que chegou ao local no início da década de 1950. Mas outras lideranças políticas também ajudaram na formação da associação como o pai de David (Dono do "Bar do David"), figura muito conhecida na localidade. Além disso, Benedita da Silva, primeira senadora negra eleita no Brasil e ex-governadora do Estado do Rio de Janeiro, começou sua preocupação política como secretária da Associação do Chapéu Mangueira.

A forte relação dos moradores com a praia do Leme e Copacabana também rende elementos estéticos às localidades. Além de sua função óbvia como atividade de lazer e sociabilidade pública e gratuita, um dos atrativos da praia é a exibição corporal. Como Patrícia Farias (2002) já demonstrou, há um código dos frequentadores de praias na cidade do Rio de Janeiro. Desse modo, em uma favela que se auto caracteriza como praieira, o corpo e suas estéticas, em alguma medida, são reflexos dessa relação com a praia. Observa-se uma preocupação quanto à aparência corporal e suas formas, bem como com a moda e itens de vestuário relacionados à praia.

Essa relevância atribuída pelos moradores ao corpo e suas vestimentas, especialmente de praia, refletem-se em dois grandes aspectos: a criação de loja "Nena Fashion" e a realização de um desfile de moda realizado na Babilônia. A primeira é uma loja de roupas de banho localizada na Ladeira Ary Barroso, rua principal da favela da Babilônia. O dono dessa loja é o estilista Nena, que também foi o grande idealizador do desfile mencionado. Essa loja atualmente exporta moda de praia para outras favelas do Rio de Janeiro, adquirindo uma grande importância

estética em seu lugar de origem, pois contribui e influencia a moda local, e em outras regiões que atinge, que sempre exaltam os feitos desse comércio local.

Esse fato adquire grande importância, pois defendo aqui que uma das ferramentas de influência de estéticas é a moda. A moda é um dos agentes geradores e transmissores de desejos das estéticas, ela fornece apoio e embasamento social para nossa conduta. A moda reflete tendências e gostos que, por sua vez, são um reflexo do conjunto de crenças de cada região ou grupo. Assim, a moda periférica, como a gerada pelo "Nena Fashion", é de extrema importância para a região, pois ele dita tendências.

Segundo Simmel (2008), a moda age como elemento de inclusão e pertencimento, mas hierarquizando os indivíduos. Assim, contar com uma loja que alcançou o patamar de gerar tendências da moda praia inclui os moradores em uma sociabilidade praieira, dividida com a área "nobre" da cidade.

Como ponto alto dessa relação com a moda, as favelas receberam, em 2012, em um evento realizado dentro da programação da RIO+20 dentro das favelas com UPP, um desfile de moda. Esse evento teve apoio do estilista Nena e foi realizado na quadra do CETEP, a que me referi anteriormente.

Segundo relatos, foram os próprios moradores que, em associação com o programa Territórios da Paz, da Secretaria de Estado de Assistência Social e Direitos Humanos, organizaram o evento. A Secretaria teria sido um canal de comunicação, fornecendo a estrutura para os moradores. As roupas do desfile foram feitas de material reciclável.

O evento proporcionou ainda outras atividades: caminhadas ecológicas, oficina de culinária e teatro e uma feira de artesanato. Contou ainda com um bate-papo sobre a favela, exaltando a cultura dessas localidades.<sup>23</sup>

Outras atividades culturais que contribuem para a formação de estéticas nas favelas da Babilônia e Chapéu Mangueira são os diferentes bailes que são realizados nas localidades. A mais famosa talvez seja a festa denominada Babilônia Black, que, segundo sua página do facebook, define-se como "Proposta de

---

<sup>23</sup> Informações sobre a estrutura do evento foram retiradas de reportagem da Secretaria de Estado de Assistência Social e Direitos Humanos: <http://www.rj.gov.br/web/seasdh/exibeconteudo?article-id=970704> Acessado em 12/04/2017.



afirmação da cultura negra de favela no Rio de Janeiro através da Black Music"<sup>24</sup>. Tive a oportunidade de ir em outra festa voltada para esse tipo de música, a "Trap'in", que circula em vários ambientes da cidade. O evento em questão foi realizado na quadra do CETEP do Chapéu Mangueira. Conforme registrei em meu caderno de campo:

Na subida da Ladeira Ary Barroso já podia notar a grande movimentação de jovens na porta do CETEP Chapéu Mangueira. Eles estavam vestidos com roupas que remetiam para as estéticas negras dos EUA, ou seja, de acordo com o evento que acontecia no local, uma festa que afirma trazer para a cena urbana carioca a cultura do grave, do hip hop eletrônico. Ao entrar no evento, gratuito e com apoio da festa "Babilônia Black", pude notar que ainda estava vazio, mas que alguns jovens destacavam-se dançando passos bem coreografados. Já chamou a minha atenção a disposição dos cabelos. Muitas meninas, e alguns meninos, tinham cabelos crespos assumidos, havia inclusive muitos penteados blacks, cujos donos pareciam ostentar alegremente em sua performance durante a dança.

Depois de apenas observar por alguns minutos, resolvi ir ao banheiro. Nesse momento, a festa estava mais cheia. Chegando à fila que se formava dentro do banheiro feminino, pude perceber que a conversa girava justamente ao redor do cabelo *black* de uma garota. Ela agradecia aos elogios e contava um pouco de sua trajetória em relação ao cabelo. (Diário de Campo. Ladeira Ary Barroso/ Chapéu Mangueira, 31/07/2016)

Por esse relato já posso observar que os cabelos são centrais nas performances e estéticas existentes nos territórios, sendo tema de conversa. As festas realizadas nessas favelas são um ambiente em que pode-se ver claramente essa importância dada aos cabelos.

Em relação diretamente ao funk, percebo uma certa dificuldade na realização de eventos no local. Depois de anos sem realização dos eventos funk no local, em 2015 o Baile do Chapéu Mangueira voltou a ser realizado, financiado pela Secretaria Estadual de Cultura. Todavia, segundo o depoimento abaixo, ainda não há muitas atividades desse tipo no local:

“Eu saio muito com as minhas amigas, a gente vai muito pra baile, tipo... você conhece Tabajara? Eu ia muito pra lá, mas agora eu não vou mais porque aconteceram muitas coisas lá, não sei se você sabe, então minha mãe me proibiu de ir pra lá... tem uns 4 meses que eu não vou... (...) Esse morro aqui não dá... Esse morro não presta, porque não tem nada... às vezes você quer sair do seu local onde você mora, quer que tenha alguma coisa mas não tem, tem mais é raro, muito raro...” (Marcia, 16 anos, Babilônia, janeiro de 2017)

---

<sup>24</sup> Acessado em 12/04/2017.

O movimento funk já foi muito criminalizado, mas atualmente está sendo apropriado pela indústria cultural, contando assim com uma maior massificação. Entretanto, quero aqui ressaltar seu valor enquanto cultura popular periférica. As criações artísticas desse movimento relacionam-se com a sociedade e com as estéticas tanto dos lugares como do corpo. Pelo depoimento acima, percebe-se que o funk e suas estéticas ainda são elementos influentes nas favelas pesquisadas, tanto que a informante afirma sentir falta de mais bailes no local. Essa relação também foi observada em meu campo. O funk era o principal estilo de música ouvido nos carros estacionados nas ruas perto de bares e lanchonetes.

Nota-se que essas estéticas locais influenciam os cabelos, voltando à construção do ideal de beleza das moradoras da localidade. Nesse sentido, a relação desses jovens com os territórios em que estão inseridos também é um elemento importante para compreender como o cabelo aparece enquanto elemento significativo das performances.

Percebe-se que há uma pluralidade de relações presentes em ambas as favelas, em seus contextos são produzidas estéticas e performances ambivalentes, não fixas, que são elementos fundamentais para entender essas localidades. Procuo partir de uma perspectiva que complexifique os olhares sobre esses territórios da cidade.

Esses elementos estéticos interferem nas fachadas sociais dos moradores. Assim, as maneiras como as performances são construídas vão ter relação também com as formas e utilizações dos cabelos. É necessário reconhecer que o cabelo é uma ferramenta de comunicação, pois ele é um aspecto corporal muito expressivo e por isso aparece como um ótimo elemento para pensar as relações culturais de nossa sociedade.

No próximo capítulo, irei discutir como ocorrem essas associações, pensando propriamente nas significações em torno dos cabelos crespos e cacheados, de forma a verificar suas relações com a moda, os meios de comunicação e a cultura.

## **CAPÍTULO 2 - QUE CABELO É ESSE?**

Nesse capítulo apresentaremos uma breve contextualização sobre o histórico dos estudos sobre cabelo nas ciências sociais, que nos auxilia a pensar as classificações e hierarquias que incidem sobre esse relevante elemento corporal.

O cabelo é inegavelmente um aspecto cultural relevante, inclusive sendo bom para pensar as dinâmicas de segregação e inclusão de grupos sociais. Procuo refletir sobre os jogos de estéticas e moda que o permeiam, devido ao seu caráter cultural.

Defendemos ainda que, atualmente, a indústria do consumo e a mídias assumem papéis relevantes nas construções de significados relacionados aos cabelos. As preocupações com o corpo e beleza são muito presentes na vida cotidiana dos indivíduos, colocando a aparência como um espaço central nas performances dos sujeitos.

### **2.1 Pensando dinâmicas do cabelo**

O cabelo é um elemento corporal e simbólico central desde as primeiras culturas das quais podemos obter dados e de enorme relevância nas sociedades modernas. Sua importância está em ajudar a conotar não apenas nossa etnia, como também nosso pertencimento social. O sentido e o significado atribuídos aos cabelos variam culturalmente.

Edmund Leach (1958), em seu estudo sobre os brâmanes, já destaca o papel do cabelo nas relações estabelecidas nas práticas culturais de uma sociedade. Esse antropólogo salienta que as fibras capilares possuem grande presença em rituais, principalmente os de passagem. Já nesse momento os diferentes significados dos cabelos eram percebidos enquanto culturais.

Uma das primeiras formas de analisar a relação dos cabelos nas sociedades foi através da antropometria, um ramo da antropologia, que atualmente é considerado bastante etnocêntrico. Segundo Sarah Cheang (2008), esse método

utilizava-se do cabelo para a identificação de raças, justificando-se pelo fato do cabelo ser um elemento corporal de fácil acesso, não exigindo técnicas invasivas fisicamente. Os cabelos chegaram a ser expostos em museus como evidência científica de raças e civilizações, gerando teorias de hierarquização social, sempre colocando os brancos no topo das qualificações. Inclusive a noção de uma suposta superioridade e beleza associada aos fios capilares lisos parte justamente desse racismo científico, muito difundido nos séculos XIX e XX.

*[...] a wide range of colours and positive textures, such as 'fine, soft and silky' (Crawford 1868: 146) so that whites were handed the cultural advantage of differentiated, distinct and aesthetically pleasing identities. In contrast, [...] African 'negroid' [...] hair was described as Black and 'woolly', as in the title of Peter A Browne's Classification of Mankind by the Hair and Wool of their heads of 1852, in which Browne argued that wool-like hair qualities proved that the black race(s) were a completely separate species to whites [...].*<sup>25</sup> (CHEANG, 2008:31-32).

Nota-se que pelo menos desde o século XIX, o cabelo europeu, liso, é percebido positivamente, denominado como "bom", enquanto o cabelo crespo, fenótipo negróide, é visto como negativo, como "ruim". Formam-se, então, categorias numa escala de valores racista, onde cabelos lisos são tidos como superiores.

Ayana Byrd e Lori Tharps (2001), ao analisarem a história do cabelo negro nos Estados Unidos da América, afirmam que os fios da cabeça eram uma das características mais reveladoras do status de negro. Assim, uma tática utilizada pelos escravos norte americanos era o alisamento de suas madeixas, na esperança de alcançarem alguma vantagem social.

Voltando para o contexto histórico do cabelo na trajetória da humanidade, percebe-se que a modernidade trouxe novas práticas ligadas aos cabelos, principalmente nas sociedades ocidentais. A Europa do final do século XVIII vivenciou o desenvolvimento do capitalismo e da moda. Nesse momento, a preocupação com a aparência pessoal começa a crescer e os penteados dos

---

<sup>25</sup> “[...] uma ampla gama de cores e texturas positivas, como ‘fino, macio e sedoso’ (Crawford 1868: 146), de modo que aos brancos foi entregue a vantagem cultural de identidades diferenciadas, distintas e esteticamente agradáveis. Ao contrário, [...] o cabelo Africano ‘negroide’ [...] foi descrito como preto e ‘lanoso’, como no título de Peter A. Browne *A classificação da humanidade pelo cabelo e lã de suas cabeças* de 1852, no qual Browne argumentou que a qualidade de cabelo tipo lã, provava que a(s) raça(s) negra(s) era(m) uma espécie completamente separada dos brancos [...]” (Tradução livre).

cabelos começam a ficar mais elaborados, refletindo seu status na sociedade (Weitz, 2004).

Por todos esses elementos, pode-se notar que a moda passa a valorizar o cabelo liso, no padrão europeu. Segundo Byrd e Tharps (2001), além dessa busca pelo liso, havia também uma imposição pelo cabelo disciplinado, que atinge todas as mulheres, não apenas as negras. Dentro desse contexto histórico, cabelos lisos e disciplinados são associados a um ideal de modernidade e atratividade presente até hoje. Cabelos disciplinados são considerados aqueles com o mínimo de volume e frizz<sup>26</sup> possível. Muitas mulheres passam a estar sujeitas ao padrão estético da disciplina. Nesse ponto, é importante salientar que não queremos negar o racismo embutido às mulheres negras, pois, entre outras questões estruturais, seus traços físicos são os que mais se distanciam dos padrões dominantes.

Um dos instrumentos que mais marcaram esse período foi o pente quente,<sup>27</sup> inventado na França no século XIX para atender aos requisitos da moda. Esse mecanismo popularizou-se no século XX, principalmente entre as pessoas negras, sendo muito associado ao cabelo crespo. Consiste em um pente ou chapa feito de ferro esquentado a fogo, alisando temporariamente os fios.

Outro ponto histórico importante remete à segunda metade do século XX, quando surge o movimento pelos direitos civis negros nos Estados Unidos, que influencia movimentos paralelos pelo mundo. Essa conscientização e reivindicação de direitos abre caminho para o movimento denominado "*Black is beautiful*", no qual há uma corrente que propõe a valorização da identidade negra com todos os seus traços fenotípicos, incluindo o cabelo crespo. Nesse sentido, o penteado "*Black Power*" aparece como alternativa dentro da "moda".

---

<sup>26</sup> A palavra *frizz* tem sua origem no francês *friser* e significa em inglês "1: a tight curl; 2: hair that is tightly curled." ("1: um cacho apertado/pequeno; 2: cabelo enrolado em cachos apertados/pequenos." Tradução livre). Entretanto, o discurso usado pela mídia e pela indústria entende que o cabelo com *frizz* é cabelo com fios em pé, eletrizado, rebelde. Fonte: Merriam-Webster.

<sup>27</sup> Trata-se de um utensílio precursor das chapinhas e pranchas modernas.

**Figura 2 - Cantora Diana Ross com o penteado black power da década de 1970 que marcou seu visual.**



Fonte: site Beleza Extraordinária.

Tal penteado destaca-se pelo não uso de químicas ou técnicas relaxantes/ de alisamento nos cabelos. A própria indústria cultural apropria-se desse penteado símbolo, retratando-o em diversas mídias visuais, especialmente o cinema.

A partir dos anos 1970, o movimento da contra cultura entrou em vigor nos Estados Unidos, ditando tendências baseadas no estilo *hippie*, pregando uma imagem pessoal mais voltada para a liberdade, paz e amor. Assim, os penteados desse período tinham uma tendência menos disciplinarizante. Os cabelos eram mais volumosos, tendo representação em pessoas famosas. Esse estilo de penteado foi muito usado até o início da década de 1990. A partir desse momento, volta a moda dos cabelos sem volume e, portanto, disciplinados.

Nesse sentido, muitas técnicas foram desenvolvidas para manter o cabelo ajustado a essa idealização. No atual momento, percebemos uma certa disputa em torno desse elemento disciplinarizante, principalmente quando pensamos a questão volume. Entretanto, em meninas que optam por não utilizar mais químicas de relaxamento/ alisamento em seus cabelos crespos e cacheados a questão do volume parece estar reformulando-se.

Em movimentos atuais, as ciências humanas e biológicas passaram a reconhecer os sub-grupos humanos como etnias e não mais como raças. Carlos Moore, no livro *Racismo & Sociedade*, salienta que o racismo brasileiro é uma realidade social e cultural pautada nos fenótipos, sendo ele o elemento usado para discriminar e hierarquizar as sociedades desde a antiguidade.

Apesar desse avanço nas ciências na busca de combater o racismo tanto institucional como no senso comum, o cabelo crespo ainda pode ser discriminado e assim colocado como inferior ao liso. Essa pesquisa procura destacar uma maior valorização de tipos de cabelos não hegemônicos, mas o próprio campo demonstrou que ainda há uma hierarquização quanto aos tipos de cabelo, como vamos demonstrar ao longo desse capítulo.

### *2.1.1 Classificações dos cabelos*

Classificações são uma tentativa de compreensão das diferenças. Em relação ao cabelo, distintos tipos de cabelo carregam diferentes significados dentro da cultura em que estão inseridos, sendo vistos de maneira distintas. E assim formando uma escala de valores sobre os cabelos. Dessa forma, é importante refletirmos sobre as classificações que incidem sobre os cabelos.

Através de pesquisas na internet, percebi que há um novo padrão de classificação de tipos de cabelos que aparece bem difundido e tem sido percebido como bastante completo. É o Andre Walker System (Sistema Andre Walker), desenvolvido pelo cabeleireiro norte-americano Andre Walker. Em suas palavras: “Eu desenvolvi o hair typing system em 1997, quando estava escrevendo o livro Andre Talks Hair, porque precisava determinar os diferentes tipos de fio sobre os quais falava”.<sup>28</sup>

Nesse sistema, os cabelos são divididos em quatro categorias com certas características e seus respectivos três subtipos. As quatro categorias são associadas a números e letras. A primeira grande divisão é entre números, depois entre os quatro primeiros algarismos: lisos (1), ondulados (2), cacheados (3) e crespos (4). Dentro de cada grupo existem 3 tipos identificados por letras: lisos, 1 (A, B, C); ondulados, 2 (A, B, C); cacheados, 3(A, B, C) e por fim; crespos, 4 (A, B, C). Conforme demonstra a tabela abaixo:

---

<sup>28</sup> Retirado da Revista Cabelos do Site UOL. Disponível no link: <http://revistacabelos.uol.com.br/enrolados-e-decifrados-cuidados-sob-medida-para-todos-os-cachos>. Acessado em 17/06/2017.

**Figura 3: Tabelas de tipos de cabelos.**



Fonte: Grupo "Rotina Saudável" no Facebook.

Cada tipo de classificação desse sistema apresenta certas características. O número 1 é o cabelo liso, sem ondas e curvaturas. 1A é o liso fino, sem volume, 1B é o liso médio e 1C é o mais grosso e pesado dessa categoria. O tipo 2 refere-se aos cabelos com leves ondulações mas com raiz lisa, os fios se parecem com um "S", 2A com ondas leves no comprimento e pouco volume, 2B de ondulação média e 2C fio de ondas mais fechadas.



O número 3 faz referência aos cachos, conhecidos pelo movimento espiralado e por terem curvaturas. Pode ser separado em 3A, onde os cachos são mais abertos e definidos, 3B com curvaturas apertadas e 3C onde os cachos são bem fechados. Os do tipo 4 é o de cabelos crespos, onde as curvaturas dos cabelos ficam mais estreitas. O 4A é uma mistura de cachos e torções, O 4B a curvatura é arredondada e fechada, o 4C é o que apresenta menor curvatura e menos definição.

Os cabelos cacheados e crespos apresentam maior tendência ao ressecamento, pois a oleosidade produzida junto à raiz não é distribuída ao longo do fio. Quando menor a curvatura, maior a propensão ao ressecamento.

Existem outras categorizações sobre cabelos, tanto de outros profissionais especializados como no senso comum. Entretanto, essa é a classificação mais difundida atualmente em vários grupos e sites voltados para discussão de cabelos.

Vamos concentrar nossas análises nos cabelos que apresentam curvaturas, ou seja, os cabelos dos tipos cacheados e crespos. Sabemos que esses cabelos com curvaturas não são percebidos como iguais, estipulando hierarquias sobre eles. Mas eles entram no grupo de cabelos que mais distanciam-se ao padrão estético presente em uma cultura da disciplina. Além de serem os alvos de racismo em nossa sociedade.

Quando perguntadas sobre como classificam seus cabelos, as informantes deram respostas variadas. Algumas apenas utilizavam termos genéricos, como "cacheado" e "crespo" para definir seus cabelos. Enquanto outras utilizavam a classificação explicada acima:

Eu tenho um cabelo tipo 4, inclusive faço parte de um grupo no *zap* para mulheres com esse tipo de cabelo... As pessoas falam muito lá, mas lá que aprendi a cuidar melhor do meu cabelo... (Amanda, 26 anos, Chapéu Mangueira, agosto de 2016).

Ah, pelo que vi meu cabelo é do tipo 3A. (Yara, 15 anos, Babilônia, maio de 2017)

É 3C, nessa classificação da internet. Já viu? (Natália, 17 anos, Leme, março de 2017).

Vi que é 4A... umas amigas minhas me falaram. (Mariana, 13 anos, Chapéu Mangueira, maio de 2017)

Acho que é 3B/ 3C, meu cabelo tem vários tipos de fios... (Fábia, 27 anos, Chapéu Mangueira, março de 2017).

É 3C... Porque tem uma tabela que fala sobre casa tipo de cabelo cacheado, o meu é um cacheado quase crespo. (Juliana, 17 anos, Chapéu Mangueira, março de 2017).

Essa classificação aparece nos discursos de algumas entrevistas, provando seu alcance. Mas admito que pensava que sua extensão era maior e iria aparecer em mais falas. E como os próprios discursos sugerem, os cabelos podem conter mais de um tipo na mesma pessoa. Isso acontece principalmente pela miscigenação presente no Brasil. Por isso meninas encontram dificuldades de decidir em entre o "3B/3C" ou falam que possuem cabelos "cacheados quase crespos".

Para responder a essa mesma pergunta sobre como identificavam seus cabelos, algumas informantes atribuíram qualidades aos cabelos: "Maravilhoso", "Lindo". E outras formas de classificações também aparecem nos discursos das entrevistadas:

Eu acho que na verdade meu cabelo não é crespo, meu cabelo é duro... vem da raiz do meu pai, a família do meu pai tem toda cabelo muito crespo, muito seco... então eu puxei o lado dele... Já o lado da minha mãe não, minha avó é negra, mas se você ver o cabelo da minha avó você num diz, cabelo da minha avó é todo enrolado... então eu puxei a raiz do meu pai... o cabelo da minha mãe já foi muito grande, é que ela não tem muita foto, quando ela era mais nova... cabelo da minha mãe era na bunda, todo encaracolado, estilo o seu...(Marcia, 16 anos, Babilônia, janeiro de 2017).

O meu cabelo, como a minha amiga tava falando, tem várias formas né, tem gente que fala crespo, tem gente que tem medo de falar o duro... O meu cabelo ele não chega a ser, eu acho lindo, queria o meu cabelo aquele duro, duro, duro mesmo... Minha amiga até fala, se você tivesse o duro ia falar que queria ter o cabelo que você tem agora.. Eu falo não, eu acho o duro bem mais bonito, porque ele fica bem mais armado. (...) A textura do meu é meio miojo, sabe? (risos) Fora da água ele é uma coisa e na água ele é outra... Prefiro volume, porque eu acho mais estiloso, mais bonito, chama mais a atenção... (Renata, 24 anos, Leme, abril de 2017).

Nesses discursos, notamos outros usos para descrever os cabelos: a textura descrita como "miojo", fazendo referência ao tipo de macarrão instantâneo, e o uso da palavra "duro". No primeiro, ele aparece em uma comparação com outros tipos de cabelos. E no segundo é relatado um certo receio no uso da palavra. Possivelmente o uso dessa palavra não é considerado o adequado, ou o politicamente correto, porque ela não é uma característica livre de interpretações, que são quase sempre negativas. De fato, as qualidades associadas aos cabelos sempre aparecem como mecanismos de classificação e, portanto, de hierarquia.

Ao analisar os depoimentos, nota-se que em ambas o cabelo dito como "duro" é associado a ruim, inferior. Portanto, classificar um cabelo como duro é problemático, pois o uso dessa qualidade para descrever cabelos crespos recai em estratégias de racismo e inferiorização para pessoas que possuem esse tipo de cabelo. Em conversa com Amanda, ela me disse que achava "Cabelo bom" mais fácil de cuidar. Quando perguntei o que ela entendia por "bom", ela me disse:

Ahh, cabelo liso né... mas não que o meu seja ruim...(Amanda, 26 anos, Chapéu Mangueira, agosto de 2016).

Para a informante, a associação imediata à ideia de bom é o cabelo liso. Apenas posteriormente há uma reavaliação da situação, repensando o lugar do cabelo do seu próprio cabelo (declarado como crespo, 4A) dentro dessa afirmação. Desse modo, percebe-se que as classificações levam à fortes hierarquizações dentro de nossa cultura. E que mesmo que alguns processos estejam sendo ressignificados, outros ainda mantêm-se. O depoimento abaixo ilustra uma diferenciação:

(...)O cabelo da minha mãe é igual o meu, até melhor que o meu porque o dela não fica black (...) Pra manter o black eu tenho sempre que tá cortando né... pra manter ele em pé, ai ela falou deixa ele crescer, deixa ele cair... Eu falo, não, eu gosto assim... (Renata, 24 anos, Leme, abril de 2017).

Percebe-se que a informante considera o cabelo da mãe como "melhor", claramente hierarquizando os tipos de cabelo. O cabelo considerado "bom" é o que cresce para baixo em comparação aos cabelos crespos que tendem ao crescimento na vertical. Assim, mesmo entre os tipos de cabelo com curvaturas há uma escala social onde os cabelos crespos são percebidos de forma inferior e, portanto, sofrendo mais por isso<sup>29</sup>.

Para pensarmos sobre os sistemas classificatórios presentes em nossa sociedade, a obra *Algumas formas primitivas de classificação*, dos célebres sociólogos Émile Durkheim e Marcel Mauss, é uma importante referência. Através deles percebemos que todas as sociedades possuem sistemas de classificação, fornecendo modelos para organizações e influenciando os comportamentos dos

---

<sup>29</sup> Essa questão do sofrimento gerado pelo racismo será discutida no capítulo 3 dessa dissertação. Abordaremos com mais propriedade essa diferenciação entre os cabelos crespos e cacheados.

indivíduos. São, portanto, importantes para compreensão e organização de diversos elementos na sociedade.

Assim, as classificações existem enquanto maneiras lógicas de ordenação que exercem coerção sobre os membros. Durkheim e Mauss (1978) afirmam que o processo de classificação é social e, assim, formam-se hierarquias: “Toda classificação implica uma ordem hierárquica da qual nem o mundo sensível nem nossa consciência nos oferecem um modelo” (DURKHEIM e MAUSS, 1978:403).

Nesse sentido, percebemos que as classificações de cabelos aqui mencionadas são maneiras de hierarquização. Nas quais os cabelos cacheados e crespos encontram-se em desvantagem por não serem os padrões estéticos vigentes. É uma sub-categorização, onde os cabelos cacheados aparecem como mais valorizados<sup>30</sup>. Além disso, há uma forte discriminação racista, principalmente com cabelos crespos.

As hierarquias estão claramente estabelecidas e o cabelo liso é tido como "melhor" frente aos demais e o crespo como "pior" dentro da escala de valores racistas que compõe nossa cultura. Há um sistema simbólico que age enquanto mecanismo de apoio dessa suposta subordinação. Segundo Pierre Bourdieu, “os sistemas simbólicos devem a sua força ao fato de as relações de força que neles se exprimem só se manifestarem neles em forma irreconhecível de relações de sentido (deslocação)”. (BOURDIEU, 2011:14)

A cultura de disciplina exigida aos cabelos é, portanto, um mecanismo de poder simbólico. E ele trabalha para consolidar essa visão de mundo estruturada sobre elementos de hierarquia:

O poder simbólico como poder de constituir o dado pela enunciação, de fazer ver e fazer crer, de confirmar ou de transformar a visão do mundo e, deste modo, a ação sobre o mundo, portanto o mundo; poder quase mágico que permite obter o equivalente daquilo que é obtido pela força (física ou econômica), graças ao efeito específico de mobilização, só se exerce se for *reconhecido*, quer dizer, ignorado como arbitrário (BOURDIEU, 2011:14).

Esse poder simbólico sobre os cabelos pode aplicar-se a todos os tipos de cabelos, mas são especialmente os cabelos cacheados e crespos que sofrem suas conseqüências, pois são os que mais destoam desse padrão estético. Já

---

<sup>30</sup> Essa sub-divisão relaciona-se com o ideal pigmentocrático presente em nossa sociedade e que será discutido no terceiro capítulo.

percebemos essa hierarquia entre os tipos de cabelos. Mas ainda vamos pensar outras hierarquias que surgem derivadas dessa classificação. Ela deixa resquícios na moda e principalmente projeta-se sobre o racismo<sup>31</sup>.

### *2.1.2 Performance e estética no cabelo*

Os cabelos e suas performances constituem uma expressão simbólica do corpo e seus gestos. O conceito de performance, por ser muito flexível, encaixa-se também no estudo do cabelo em si. O papel da estética em nossos corpos é antigo, mas atualmente parece ter tomado grandes proporções.

Segundo Goffman, o que compõe a fachada pessoal são “itens de equipamento expressivo, aqueles que de modo mais íntimo identificamos com o próprio ator”, como, por exemplo, “vestuário, sexo, idade e características raciais, altura e aparência; atitude, padrões de linguagem, expressões faciais, gestos corporais e coisas semelhantes.” (GOFFMAN, 2009:31). Ou seja, é a representação ou imagem que são percebidos como constituintes dos indivíduos de sua "aparência" ou "maneira".

Os significados e formas de manipulação dos elementos, tal como o cabelo, diferenciam e identificam certo grupo social ou indivíduo. Consideramos o cabelo como um dos elementos que compõe nossa fachada pessoal, pois é um gesto que expressa nossa aparência. O cabelo é compreendido como parte essencial da corporeidade dos indivíduos, além de poder ser utilizado como ferramenta cultural.

Eu acho assim, na minha opinião, a aparência da mulher é o cabelo, o que chama atenção da mulher é o cabelo... (Marcia, 16 anos, Babilônia, janeiro de 2017).

Essa fala contribui para identificarmos o cabelo então como central nas performances gestuais, principalmente para mulheres. Ele aparece como um forte símbolo cultural que representa uma síntese de sua própria aparência e até uma ligação com sua feminilidade<sup>32</sup>.

---

<sup>31</sup> A hierarquização por meio de sua relação com o racismo será discutida no terceiro capítulo dessa dissertação. Nesse momento, nos preocupamos em refletir sobre os aspectos estéticos e de moda que também influenciam as dinâmicas referentes aos cabelos. Entretanto, parece essencial desde já frisar que o racismo é um forte elemento dessa relação.

<sup>32</sup> Esse fato será melhor discutido no terceiro capítulo dessa dissertação.

Synnott (2002) argumenta que o cabelo é *self* do ser humano, posto que é oriundo e constituinte de seu corpo. Defendo que o cabelo contribui tanto para a performance individual, quanto social. Mas o que quero destacar é o seu papel como ferramenta de expressão, pois o cabelo é um gesto.

Se o cabelo é um gesto corporal, se ele possui diferentes maneiras de se apresentar – e de representar um indivíduo – e se tais maneiras remetem a hábitos, crenças e status de determinadas pessoas, então estamos tratando da performance do cabelo. O cabelo é uma das ferramentas corporais mais expressivas: ele “fala” antes que tenhamos a chance de nos expressarmos verbalmente. O cabelo compõe nossa imagem para o mundo; ele faz parte da apresentação externa do indivíduo, aquela que mais se expõe e que mais rapidamente é percebida por outros. Ou seja, é uma das imagens corporais que mais “dialoga” com nossos interlocutores. A maneira como cada pessoa concebe sua própria imagem e como pretende mantê-la está diretamente ligada ao desempenho dos nossos papéis sociais (QUINTÃO, 2013:43).

O cabelo como parte da gestualidade possui diferentes formas e maneiras de se representar um sujeito. Essas maneiras encaminham tanto as formas como os hábitos, costumes são performatizados por certas pessoas ou grupos sociais. É nesse sentido que associamos as gestualidades que os cabelos são capazes de realizar com as fachadas pessoais.

Eu não penso em voltar a alisar, amo meu cabelo como ele é agora! Eu me sinto bonita, sou sempre elogiada na rua. A primeira vez que usei um turbante, me senti diferente, sei lá... Como se todo mundo tivesse me olhando de uma maneira boa (risos). (Entrevista com Solange, 24 anos, Chapéu Mangueira, agosto de 2016).

No processo de interação entre os sujeitos a gestualidade representada aparece como uma forma clara e expressiva de comunicação. O uso do turbante aparece como uma nova ferramenta para essa informante. Mesmo que o turbante seja um item que pode ser percebido como marginalizado ou apropriado, no contexto da informante ele serve como comunicador de seu pertencimento cultural que legitima sua aparência.

Dentro dessa perspectiva, queremos analisar as transformações que observamos em relação à textura do cabelo. Quando perguntada sobre o motivo de ter parado o uso de relaxantes, obtive a seguinte resposta de uma informante:

Veio também do gasto né... E também das conversas que eu tive com a minha mãe, que ela sempre falava: seu cabelo é bonito, tenta deixar o mais natural possível e tal, e também tiveram amigas que me influenciaram a

fazer isso, amigas nascidas e criadas comigo, onde eu moro (...) Eu via assim o cabelos delas e falava cara, eu vou tentar deixar... se eu não gostar eu volto, tranço, pra tudo tem um jeito... eu só não aliso... aliso não tem como... Ai e sentei conversei falei com elas: que vocês acham se fizer isso... Ai elas me deram super apoio... (Renata, 24 anos, Leme, abril de 2017).

Nesse trecho, nota-se uma preocupação com o gasto, mas prevalece a importância dada ao social na hora de realizar uma mudança em sua fachada pessoal. As pessoas ao seu redor aparecem como mecanismo de estímulo e afirmação de sua performance.

Nota-se que o corpo, com o cabelo incluído, está sujeito às concepções estéticas. Há estabelecimento de normas sobre a corporeidade humana. As práticas corporais são marcadas por uma hegemonia e lógica cultural que dá preferências e privilégios aos corpos brancos. E assim valorizam-se mais os cabelos e outros elementos fenótipos associados à essa etnia.

Há então uma coerção social que impacta sobre os padrões de beleza e, assim, sobre a estética dos cabelos, a qual constitui uma maneira eficiente de inserção e aceitação social. Nesse sentido, os alisamentos e químicas de mulheres com cabelos crespos e cacheados podem ser percebidos como uma tentativa de enquadrar-se aos padrões de beleza hegemônicos. Essa prática era, e ainda é, muito recorrente em diversos contextos culturais. Para Bell Hooks (2005), o alisamento do cabelo é consequência da opressão racial.

O alisamento era claramente um processo no qual as mulheres negras estavam mudando a sua aparência para imitar a aparência dos brancos. Essa necessidade de ter a aparência mais parecida possível à dos brancos, de ter um visual inócuo, está relacionada com um desejo de triunfar no mundo branco. Antes da integração, os negros podiam se preocupar menos sobre o que os brancos pensavam sobre o seu cabelo. (HOOKS, 2005:9).

A opressão exercida pela estética branca hegemônica reflete-se no cabelo, sendo um fator de discriminação e preconceito racial. As mulheres de fenótipos negróides tendem a suavizar ou relaxar sua aparência no sentido de serem aceitas no padrão vigente, incluindo então muitas práticas envolvendo químicas e modificações nos cabelos. Neste ponto, as fibras capilares aparecem como centrais para pensar as relações sociais e étnicas no Brasil.<sup>33</sup>

---

<sup>33</sup> Essa discussão sobre a estética negra no Brasil, país racista, será trabalhado no terceiro capítulo.

Contudo, aqui quero mostrar como está instalando-se um processo de disputa sobre as estéticas voltadas para o cabelo. Meninas e mulheres das favelas Babilônia e Chapéu Mangueira, assim como em outros lugares, estão assumindo seus cabelos sem químicas ou técnicas de relaxamento/ alisamento. Defendo que esse movimento enquadra-se então na perspectiva que enxerga a estética como um elemento de luta política (Rancière, 2010), mesmo que uma identidade negra fixa não seja conscientemente almejada<sup>34</sup>.

Percebe-se claramente que essa nova prática corporal está associada ao não uso de produtos químicos que modificam seus cabelos, descaracterizando-os. Desse modo, observa-se que o essencial nessa mudança de usar os cabelos é um certo empoderamento das atitudes dessas meninas. Ao ser perguntada se sente vontade de voltar a relaxar o cabelo, Melissa ofereceu a seguinte resposta:

Eu não, quero ficar com ele assim... pra vida toda. Eu acho bonito agora. Acho muito bonito. (Melissa, 17 anos, Babilônia, março de 2017)

Essa frase destaca que antes Melissa não achava seu cabelo bonito, ou seja, a estética apresentada a ela não valorizava seu tipo de cabelo. Entretanto, parece que uma grande transformação vem ocorrendo. Ajudando meninas a perceberem a beleza em seus cabelos. Quando pedia às entrevistadas para definirem seus cabelos, recebi várias respostas que seguem essa perspectiva:

Ah, como eu classifico? Ah, meu cabelo é lindo! (risos). (Karen, Chapéu Mangueira, agosto de 2016).

Meu cabelo é, ah, não sei, meu cabelo é lindo. (Melissa, 17 anos, Babilônia, março de 2017).

Acho meu cabelo maravilhoso, porque amo meu cabelo. (Laura, 13 anos, Babilônia, abril de 2017).

As falas dessas meninas mostram uma nova visão sobre seus cabelos. Todas elas afirmaram já terem feito química relaxante em seus cabelos, mesmo que por pouco tempo. Mas há um novo direcionamento na maneira como percebem seus cabelos atualmente. Defendo aqui que isso ocorre porque está existindo uma disputa dentro dos limites da estética e da moda sobre os cabelos crespos e cacheados. E como esses tipos de cabelos são os que mais sofreram com a cultura

---

<sup>34</sup> Essa discussão sobre a identidade negra será trabalhada no terceiro capítulo dessa dissertação.



da disciplina, bem como também são os fenotípicos associados ao racismo, essa ressignificação representa uma importante ferramenta política.

Os padrões estéticos estabelecidos hegemonicamente, desde os anos 90, passavam por uma busca de disciplina. E por muito tempo, essa busca acarretava rituais de alisamento ou relaxamento capilar. Entretanto, a presente análise baseia-se na percepção que o uso do cabelo crespo sem química de alisamento ou relaxamento tem assumido um lugar privilegiado em discursos mais recentes. Contudo, a estética branca hegemônica ainda é o ideal de beleza, mesmo que estejam sendo travadas guerras de sentidos sobre as estéticas. Seria muito otimismo afirmar o contrário.

Todavia, essas disputas não implicam no abandono de técnicas e rituais de cuidados com os cabelos. Em nossa visão, os rituais apenas estão sofrendo um processo de mudança, que está ligado a diversas transformações sociais, à luta política por meio da estética e à ressignificações de elementos culturais.

### *2.1.3 Rituais*

Para pensar o processo de mudança acerca dos rituais, a obra de Turner (1974, 2008) é riquíssima. O conceito de liminaridade proposto por ele ajuda a entender um novo contexto sociocultural emergente. As técnicas e cuidados com os cabelos estão sendo, portanto, encaradas aqui como rituais.

Turner (2008) entende rito como a dramatização daquilo que é contínuo na sociedade. Assim, o rito é a interrupção da vida rotineira, constitui um fato que extrapola as formas tradicionais da estrutura social, adquirindo relevância na configuração sociocultural. Admite o caráter dinâmico das relações sociais, mas observa tanto movimento quanto estrutura.

Esse importante antropólogo reflete sobre os rituais que envolvem dramas sociais e suas fases: ruptura, conflito (e liminaridade), ação que limita a crise e balanço do status. Na primeira fase, há uma ruptura de relações sociais formais, regidas pela norma, entre pessoas ou grupos dentro do mesmo sistema de relações sociais. Segue-se a fase de um conflito social, que possui características liminares,

esse momento é de transição. E o final consiste na reintegração do grupo social perturbado ou no reconhecimento social do cisma irreparável.

Como a cultura da disciplina capilar existe em nossa sociedade, percebe-se que as técnicas de alisamento ou relaxamento são práticas com grande espaço na nossa sociedade e podem ser incluídas em um tipo de ritual. Tais técnicas consistem em utilizar substâncias químicas para esticar total ou parcialmente os fios dos cabelos. Elas diminuem os fios elétricos, conhecidos como frizz, e também o volume. É possível encontrar variadas maneiras e substâncias que proporcionem esse efeito desejado. Duas informantes afirmam ainda fazerem relaxamentos.

Entretanto, nota-se uma certa mudança em relação a essas práticas. Atualmente, os cabelos com curvaturas estão sendo assumidos, ou seja, não estão mais fazendo tanto uso desse antigo ritual. Com essa mudança outros rituais estão ganhando importância: técnicas de corte, lavagem e finalização dos cabelos.

Busco aqui uma breve descrição dos principais cuidados com os cabelos que apareceram nas entrevistas. Confesso que esperava que o meu próprio ritual, que aprendi em grupos de discussão na internet, fosse ser mais citado. Entretanto a técnica de "No Poo" e sua irmã, o "Low Poo", não são as preferências das informantes. Apenas uma informante afirmou fazer uso da técnica de "No Poo" e nenhuma de "Low Poo". A maioria nem conhecia quando perguntada sobre e as poucas que conheciam afirmaram nunca terem experimentado.

A nomenclatura "poo" provém de "shampoo". "No" quer dizer "não" e "low" quer dizer "pouco". Desse modo, No e Low Poo são técnicas de limpeza dos cabelos sem a utilização de shampoo, ou sem a utilização de shampoos que contenham a substância sulfato. A criadora desses conceitos é a cabeleireira norte-americana Lorraine Massey, que fundou a marca Deva Curl para cabelos cacheados e crespos. Além disso, ela lançou o livro "Curly Girl: the Handbook", que, na edição brasileira, chama-se O "Manual da Garota Cacheada. O Método Curly Girl", cuja edição é de 2015.

Esses métodos popularizaram-se na internet e foram adaptados para uso de diferentes produtos, mas o princípio continua o mesmo: driblar a propensão ao ressecamento de cabelos com curvaturas. Como já foi mencionado, o formato espiralado ou anelado dos cabelos crespos e cacheados implica em uma distância

maior para a oleosidade percorrer até chegar à ponta, causando essa propensão. Mas outros tipos de cabelo também podem utilizar os métodos para evitar o ressecamento.

Esses métodos têm menos espuma que os rituais de banho tradicionais, pois evitam o sulfato (lauril sulfato de sódio), a substância que fornece essa condição. Inclusive, espuma muitas vezes é visto como sinônimo de limpeza, e essa é a principal causa de rejeição desse método. Acredito que isso reflita-se nas entrevistas.

O sulfato é um agente de limpeza que também retira a oleosidade gerada pelo corpo, gerando ressecamento em cabelos que já tinham oleosidade baixa. Assim, essas técnicas passam a usar outros agentes de limpeza, mas que necessitam de outras restrições. O Low Poo usa shampoos que contenham a substância coco-amidopropil, entretanto esse agente não é capaz de retirar petrolatos do cabelo, tendo seu uso proibido para a técnica. Os petrolatos são matéria-prima barata muito utilizada em condicionadores e máscaras capilares. São derivados do petróleo, que conferem brilho aos cabelos, mas que formam uma película impermeável que só o sulfato é capaz de limpar. Como o fio está impermeável, nenhuma substância que trata o cabelo poderá penetrar em suas camadas e o ressecamento que o sulfato causa não é reparado.

A técnica de No Poo, por esses mesmos motivos, evita também produtos com petrolato, mas sua técnica não utiliza shampoos, mas sim condicionadores com propriedades de limpeza. O nome desse processo é co-wash, do inglês conditioner washing, ou "lavagem condicionante", que limpa e hidrata ao mesmo tempo. Entretanto, esses condicionadores não são capazes de retirar os petrolatos e os silicones insolúveis em água. Portanto, em ambas as técnicas não se usa sulfato e nem produtos com petrolato, mas no "No Poo" silicones insolúveis também devem ser evitados<sup>35</sup>.

---

<sup>35</sup> Informações retiradas do site: <http://www.ecycle.com.br/component/content/article/67-dia-a-dia/2963-no-poo-low-tecnicas-cabelo-tratamento-xampu-oleosidade-cacheado-liso-sem-quimica-o-que-e-ressecamento-lauril-sulfato-sodio-falta-hidratacao-petroleo-limpeza-natural-caspa-processo-leve-agente.html> acessado dia 18/06/2017.

Essas práticas de cuidados com os cabelos aparecem como muito populares em grupos de discussão de redes sociais na internet, como facebook e whatsapp. Acreditava que essa popularidade iria refletir-se em campo, mas não comprovou-se.

De qualquer modo, outras práticas de cuidados com os cabelos apareceram no campo de pesquisa. Elas são mais tradicionais aos cuidados de beleza presentes na sociedade brasileira, como lavagem, corte e uso de máscaras de tratamento. Mas encontram-se adaptadas à realidade dos cabelos crespos e cacheados. Conforme depoimento:

Então, o nosso cabelo, assim, ele não requer muita água, a gente só usa água mesmo pra lavar, então assim, 3 vezes na semana tá dando aquela lavada, aquela hidratação. Pra ele ficar black mesmo, alto... eu lavo ele, passo creme e venho com o difusor, aliás também tem o corte... porque meu cabelo ele é muito fino e muito leve, se eu molhar ele e ele ficar armado vai demorar até por causa do creme, porque o creme vai pesar ele porque ele já é leve. Então o que que eu faço, eu lavo né, hidrato, depois venho com creme, aquela camada de creme mesmo e depois venho com o secador e difusor e depois pra finalizar venho com o garfo desfazendo só a raiz. Diário, é acordou puxou, eu só vou puxar ele. (...) Agora de costume eu só to usando essas linhas e o óleo de coco que é fundamental pro nosso cabelo... (Renata, 24 anos, Leme, abril de 2017)

Nesse depoimento fica claro que mesmo que não utilize os métodos populares na internet (tal como as técnicas descritas acima), a informante sabe que seu cabelo tem traços de ressecamento. Portanto, em seu ritual de cuidados semanais com os cabelos, há uma atenção especial à técnica de hidratação. É citado ainda o uso de óleo de coco, outra substância muito popular e que diminui o ressecamento dos cabelos. O corte do cabelo, um ritual com maior sazonalidade, também é mencionado.

Seguindo essa direção, em vários depoimentos há uma grande importância atribuída ao ritual de lavagem dos cabelos cacheados e crespos. Procedimentos associados a máscaras de tratamento, principalmente de hidratação, são os recursos utilizados:

Lavo o cabelo 2 vezes na semana, mas faço hidratação toda semana. (Gilda, 16 anos, Babilônia, maio de 2017).

Lavo duas vezes na semana e faço hidratação uma vez na semana. (Natália, 17 anos, Leme, março de 2017).

Lavo um dia sim, um dia não e faço hidratação uma vez na semana, mas aí todo domingo eu lavo e hidrato. (Priscila, 13 anos, Chapéu Mangueira, maio de 2017).

Eu mesma que corto meu cabelo. Mas pra cuidados gerais eu desembarço o cabelo 3 vezes na semana e hidrato final de semana. (Juliana, 17 anos, Chapéu Mangueira, março de 2017).

Não faço regular não, só quando eu vejo que tá numa situação bem, bem assim, que tá precisando mesmo, aí eu do hidratação nele. (Melissa, 17 anos, Babilônia, março de 2017).

Percebemos que a grande maioria de informantes preocupa-se com a lavagem acompanhada de uma máscara de tratamento, principalmente uma que hidrate seus fios. Todas as informantes indicam que fazem esses rituais de hidratação e os cuidados com o cabelo em casa. Máscaras de nutrição e reparação não foram mencionadas, outros tipos de tratamento para os cabelos que podem ser feitos em casa.

Dentro desses rituais, a etapa de finalização dos cabelos também ganha aspecto central. Essa pode ser considerada a fase final do ritual de cuidados com os cabelos. Onde geralmente aplicam-se cremes de pentear, gel, redutores de volume ou outros tipos de produtos finalizadores. É onde se escolhe entre volume x definição, de acordo com as diferentes maneiras de aplicar os produtos nos cabelos.

Lavo 2 vezes na semana, e sempre Passo creme pra pentear, acho que todo dia... Porque o cabelo pede, né?. (Mariana, 13 anos, Chapéu Mangueira, maio de 2017).

Mas creme, creme, eu compro sempre quando eu vejo que tá acabando, aí eu compro. Aí, não consigo não. Não, eu consigo, consigo ficar sem creme. É só eu botar ele assim [preso para cima] que eu consigo. (...) Quando eu to em casa, eu só lavo e deixo. Quando eu to, quando isso acontece... caraca, ele fica enroladinho. (Melissa, 17 anos, Babilônia, março de 2017).

Os cremes de pentear aparecem como centrais nessa etapa de finalização dos rituais, sendo citados em todos os depoimentos. Mesmo quem ainda utiliza química relaxante no cabelo parece manter essa importância atribuída aos cremes de pentear:

Eu faço coquetel, minha mãe faz pra mim... que é uma hidratação, ela pega creme de massagem e põem umas ampolas, que eu não conheço... Quando eu saio passo bastante creme, mas quando eu to em casa não passo muito... passo razoável, é só... (Marcia, 16 anos, Babilônia, janeiro de 2017)

Olha, eu lavo ele todo dia, penteio ele todo dia, passo creme. Só que eu lavo só uma vez, porque aí saio pra ir pra escola, aí lavo, penteio normal... vivo me atrasando pra escola por causa disso, vou pro trabalho, meu cabelo continua intacto. Vou prender às vezes, muito difícil. Quando eu chego em casa, deixo ele solto, prendo só pra dormir... No dia seguinte faço tudo de novo, lavo ele. Então, eu uso bastante creme, que esse é o método e só... e

eu cacheio ele, tento cachear... depois que seca ele vai ficando cacheado... só uso ele pro lado, é a única posição que eu uso, jogo pro lado ele... uso mais solto.. só prendo quando tá me incomodando, tá muito cheio aí eu prendo. Uso, uso muito [creme]... pra cachos não tem como não usar muito... Eu uso bastante. (Tatiane, 18 anos, Leme, maio de 2017)

Nesses depoimentos nota-se que o creme de pentear é muito ligado aos cabelos com curvaturas. Para esse tipo de cabelo, ele aparece como essencial dentro do ritual. Minha experiência pessoal me faz pensar que em outros tipos de cabelo esse tipo de creme não aparece de forma tão fundamental. Há ainda uma menção a uma técnica de finalização onde os cachos são amassados para estimular sua definição chamada de fitagem.

Há ainda presente nos discursos de algumas informantes uma discussão sobre as exigências de cuidado relativas aos cabelos com curvaturas. Para algumas, eles aparecem como trabalhosos, mas uma questionou essa afirmação:

Lavo um dia sim, um dia não! Pra ele não perder a definição dos cachos. Hidrato uma vez no mês, porque toda semana eu não tenho paciência, apesar de assim me importar, mas não dá pra fazer toda semana, eu ia perder muito tempo fazendo isso toda semana. (Yara, 15 anos, Babilônia, maio de 2017).

Quando eu corto eu corto lá no Beleza, que eu vou lá no Beleza da tijuca, aí quando eu corto, corto lá. Mas é muito difícil, que eu não gosto de cortar o cabelo, normalmente eu tiro as pontas em casa, só pra aparar... Eu tenho que hidratar as vezes, que eu fico com preguiça de hidratar por conta do meu cabelo ser muito trabalhoso. (Tatiane, 18 anos, Leme, maio de 2017).

Só lavar, pentear... As pessoas falam assim, dá trabalho pra lavar. Nossa, dá trabalho pra lavar. É como se fosse pra lavar qualquer outro cabelo. Eu não tenho trabalho, só pra desembaraçar um pouco, mas pra lavar não. Mas creme, creme, eu compro sempre quando eu vejo que tá acabando, aí eu compro. Aí, não consigo não. Não, eu consigo, consigo. É Só eu botar ele assim [preso para cima] que eu consigo. (...) Quando eu to em casa, eu só lavo e deixo. Quando eu to, quando isso acontece... caraca, ele fica enroladinho. (Melissa, 17 anos, Babilônia, março de 2017).

Percebemos que todos esses depoimentos revelam uma certa dificuldade de cuidado com os cabelos, mostrando uma certa "preguiça". E acarretando numa maior periodicidade no ritual de tratamento dos cabelos. Apenas Melissa questiona essa ideia, mas no final de sua fala admite uma certa inconveniência. Yara foi uma das poucas informantes que afirmou preferir definição na finalização dos cabelos.

Acredito que essa aparente dificuldade em lavar os cabelos mais volumosos foi um dos elementos que serviram como justificativa para muitas mulheres alisarem ou relaxarem seus cabelos, encobrindo nesse processo a relação com padrões

estéticos dominantes e com o racismo. Assim, esse argumento de dificuldade me parece um tanto quanto problemático. Mas, juntamente com novos usos dos cabelos, começa a ser questionado e debatido, tal como aparece na fala de Melissa.

Em diversos depoimentos registrados acima, percebemos que o corte, as formas de finalização e o uso de tratamentos são rituais que compõe as práticas de cuidados de cabelos de nossas informantes. Assim, eles ajudam a pensar as novas formas de uso dos cabelos.

Os ritos trazem à tona contradições e divergências, mas são também um importante aspecto de compreensão da vida social. Assim, mesmo que não ocorram de forma consciente, eles ajudam a legitimar os comportamentos de um grupo na sociedade. É justamente esse poder que queremos relacionar com as mudanças recentes sobre os cabelos crespos e cacheados. O processo de modelar esse tipo de cabelo - através das diversas técnicas vigentes que não utilizam química – tem o valor de um ritual, pois promove a legitimação de um grupo fortemente excluído, o de mulheres de cabelos anelados, trazendo para a superfície as contradições de uma sociedade racista como a brasileira.

Nesse sentido, a liminaridade presente no conflito é que aparece como o principal ponto a ser aqui trabalhado. Para Turner (2008), a estrutura profunda pode ser revelada pela antiestrutura.

O conflito parece fazer com que os aspectos fundamentais da sociedade, normalmente encobertos pelos costumes e hábitos do trato diário, ganhem uma assustadora proeminência. As pessoas têm de tomar posição em termos de imperativos e constrangimentos morais arraigados, muitas vezes contra suas preferências pessoais. (TURNER, 2008, p. 31).

O conflito não é um problema nas análises de Turner (2008), pois suas análises renovaram os estudos sobre rituais justamente por colocar o foco nesse estado intermediário e suas contradições, indo além de uma preocupação com os padrões. E, nessa pesquisa, julgamos observamos justamente uma situação de conflito entre diferentes práticas capilares para cabelos crespos e cacheados.

É na liminaridade que os atos culturais assumem uma forma expressiva, abrindo portas para a criatividade e, assim, para a transformação. É nesse espaço de transição que novas portas para enxergar os cabelos estão sendo produzidos. Numa grande disputa entre os padrões estéticos.

A liminaridade ocorre na fase intermediária dos ritos de passagem, que caracterizam mudança social no status de um grupo ou indivíduo. Tais ritos começam com o sujeito sendo simbolicamente morto e terminam com o nascimento simbólico ou reagregação à sociedade. A fase liminar é uma ampliação do conceito de “ritos de passagem” de Van Gennep (2011), para que pudesse abranger qualquer condição fora da ou na vida cotidiana.

Defendemos que o volume e a disciplina permaneceram como imposições da moda por muito tempo. Mas, pelo menos quando pensamos sobre os cabelos crespos e cacheados, ele parece estar sendo ressignificado. Muitas hierarquias ainda permanecem e serão debatidas nesse trabalho, mas há uma liminaridade sobre novas práticas de cuidados com os cabelos. Dentro da liminaridade, está essa nova lógica de uso dos cabelos, pois há uma crise nas antigas representações das formas de usar o cabelo.

Nesse sentido, o ritual aqui apresentado, de novas práticas de uso das fibras capilares, proporciona um ritual de reversão de status para o cabelo, pois não é definitivo – já que não permite uma transformação permanente da estrutura do cabelo. Há mecanismos de ajuste e regeneração sendo operacionalizados.

Turner (2011) afirma que os rituais desse tipo definem datas determinadas, contando com uma sazonalidade. No ritual proposto, a sazonalidade ocorre com o crescimento cabelo – ou com o término do efeito do procedimento da técnica aplicada. Logo, o ritual deve ser renovado com a frequência necessária do procedimento escolhido. Há um cronograma capilar que serve de referência para as aplicações das técnicas. Então, como já vimos em diversos depoimentos, recorre-se à hidratação dos cabelos quando as informantes percebem a necessidade.

Os corte de cabelos também são importantes rituais que aparecem nas rotinas de cuidados de nossas informantes. Tanto em trechos já mencionados como em outros, a maneira e os locais de corte são importantes. E sua frequência acontece de acordo com a necessidade de cada informante:

Tava muito maior, só que eu pedi pra minha avó aparar as pontas, porque eu tinha raspado aqui uma vez, aí eu pedi pra ela deixar do mesmo tamanho que tava, aí ela cortou bem baixinho assim... (Melissa, 17 anos, Babilônia, março de 2017).



Ainda corto meu cabelo no Beleza Natural porque sei que lá elas sabem lidar com meu cabelo. (Solange, 24 anos, Chapéu Mangueira, agosto de 2016).

Minha mãe que corta, sempre peço pra ela... (Marcia, 16 anos, Babilônia, janeiro de 2017).

Eu mesma que corto, aprendi sozinha (risos)... Aprendi na prática mesmo. (Yara, 15 anos, Babilônia, maio de 2017).

Eu mesmo corto o meu cabelo, vejo uns vídeos no youtube... sabe? Já cortei ele seco e molhado também, mas preferi molhado, molhado ficou melhor... Não sei por quê. (Fábia, 27 anos, Chapéu Mangueira, março de 2017).

Nesses diversos depoimentos percebe-se que a maioria das entrevistadas faz seu corte de cabelo em casa, por si mesma ou com a ajuda de familiares femininas (mãe ou avó). Apenas uma alega continuar cortando em salão especializado em relaxamentos, mas sem utilizar essa técnica oferecida. Veremos que a maioria das meninas prefere seus cabelos grandes e algumas inclusive afirmaram não cortar seus cabelos.

Defende-se que as estéticas vigentes para mulheres negras estão sendo alteradas, mesmo que não totalmente. Percebemos que, embora a hegemonia branca e seus fenótipos, entre eles o cabelo, ainda sejam os mais valorizados dentro da sociedade brasileira, culminando inclusive no racismo, as mulheres de cabelos crespos e cacheados estão estabelecendo novas relações nesse contexto. Notamos que são os jovens os principais agentes dessa transformação.

Esse potencial político pode não ser uma oposição rígida à hegemonia vigente, mas essa nova construção da beleza dialoga e tenta subverter a lógica dominante. Reconhecemos assim que a luta e as disputas políticas também ocorrem pelo campo da cultura e das formas de comunicação tal como a moda. Sendo moradoras de locais estigmatizados, tal como as favelas aqui analisadas, essa transformação é mais um importante instrumento no processo de significação e conquista de direitos.

## **2.2 Tá na moda?**

A minha experiência pessoal fez-se presente nessa etapa da pesquisa. Como já mencionado na introdução, meus cabelos são cacheados, tipo 3A/3B, para usar a

classificação já explicada. A última vez que cortei meu cabelo foi em janeiro de 2017 em um salão especializado em cabelos crespos e cacheados chamado *Lola Monteiro*. O salão talvez não mereça grande destaque aqui, pois as informantes não o mencionaram em seus discursos. Basta dizer que localiza-se em Madureira, Zona Norte da cidade do Rio de Janeiro, realiza corte a seco<sup>36</sup> e que cheguei até ele através de referências da internet. Entretanto, sinto que minha experiência lá ajudou a definir como lidar com o volume/ definição dos cabelos nessa pesquisa.

Após o corte, a atendente responsável pela minha finalização perguntou se eu gostava de volume ou definição. Minha resposta me surpreendeu, afirmei que preferia volume, mas essa nunca havia sido uma prática cotidiana minha. Dei essa resposta para não me sentir fora do padrão de mulheres que freqüentavam o salão (tanto naquele momento, como as que me indicaram o salão na internet). Comecei a perceber que não bastava apenas manter os cabelos sem química. A moda atual pede que eles sejam volumosos ou bastante definidos e inclusive gera coerção, tal como gerou em mim. O depoimento abaixo endossa essa percepção:

Pra assumir né? Que assim, agora é que tão assumindo o cabelo... Eu não sei por quê... Tudo é fase né, momento, a moda sempre tá aí... só renovando, mas é sempre a mesma coisa... a minha mãe sempre fala... Ah se a sua avó fosse viva hoje ela ia ter muito orgulho de você, porque ela andava assim que nem você anda... Quando eu prendo aqui em cima, só prendo, que fica aquele tufão aqui em cima, ela até fala, minha mãe fala... sua avó era assim, ela usava o cabelo assim e tal... (...) Isso também me dá mais vontade de ficar com o cabelo assim... (Renata, 24 anos, Leme, abril de 2017).

Ao identificar que muitas mulheres de cabelos crespos e cacheados estão assumindo seus fios, a informante percebe que essa mobilização não é isolada e cita a moda como uma possível causa. Nesse sentido, acho necessário pensarmos algumas conceitualizações sobre a moda.

A moda deve ser percebida como um elemento cultural, sendo uma das diversas provocadoras de mudança nas sociedades, pois é um veículo de difusão da diversidade de identidades e estilos de vida. Constatamos então a moda como uma grande instituição social.

Para Gilles Lipovetsky (2009) a moda “desencadeou, ao mesmo tempo, um investimento de si, uma auto-observação estética sem nenhum precedente. A moda

---

<sup>36</sup> Tipo de corte que cabeleireiros especializados indicam para cabelos cacheados e crespos.

tem ligação com o prazer de ver, mas também com o prazer de ser visto, de exibir-se ao olhar do outro” (2009:39). A moda é um agente gerador e transmissor de desejos das estéticas. Em relação aos usos de cabelos com curvaturas sem químicas de relaxamento ou alisamento, podemos pensar a moda como uma maneira de comunicar a identidade, por meio da projeção de uma imagem<sup>37</sup>.

Desse modo, nessa parte procuraremos pensar como os mecanismos da moda influenciam e alteram as aparências de mulheres de cabelos crespos e cacheados. Percebemos que a cultura da disciplina associada ao volume e ao frizz merecem ser melhor discutidas, principalmente quanto à sua relação com as informantes. Procuramos também pensar sobre como os padrões estéticos difundidos pela moda ajudam a manter hierarquias dentro da sociedade.

### *2.2.1 Cultura da Disciplina*

O cabelo é uma importante ferramenta de análise cultural. Pensando especificamente o caso brasileiro, podemos afirmar que os padrões estéticos sofrem forte influência exterior, tanto da Europa como posteriormente dos Estados Unidos. Desse modo, os penteados refletem as tendências de moda já apresentadas. Os padrões de beleza recorrentes no Brasil são europeizados e baseados em conceitos que levam ao racismo (SOVIK, 2002).

Desse modo, as práticas de alisamento e disciplinarização dos cabelos encontram suporte na própria história da sociedade brasileira, que partiu de uma desvalorização de fenótipos mestiços, associados majoritariamente à população negra brasileira. Contudo, a questão do volume também é essencial para pensar nossas relações com os cabelos.

Essa conformação com padrões estéticos dentro de uma moda disciplinarizante inclui também mulheres com diversos traços fenotípicos. Na figura 4, podemos perceber uma forte associação ao volume dos cabelos a aspectos negativos, pois o subtítulo afirma que é necessário que as mulheres tomem as "**rédeas** do seu próprio cabelo" (grifo meu). Essa afirmação faz sentido quando

---

<sup>37</sup> Essa discussão sobre a moda será retomada mais adiante nesse capítulo.

pensamos que nessa cultura de disciplina o volume é visto como o inimigo a ser domado. A reportagem completa faz menções a cabelos cacheados, mas, ao olhar a modelo que ilustra o site com a reportagem, percebemos que esse controle capilar deve ser praticado por mulheres com fenótipos brancos. A reportagem também indica o caminho para a conquista de um volume perfeito. Deixando a pista para pensarmos que existe um tipo certo de volume, promovendo assim uma hierarquização sobre os cabelos.

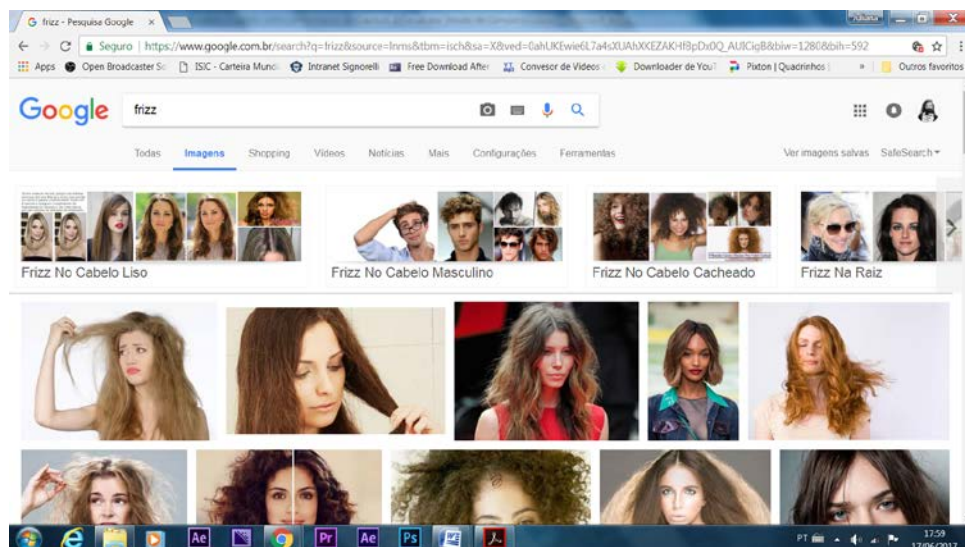
**Figura 4: Reportagem indicando como diminuir o volume.**



Fonte: Site M de mulher.

O site de pesquisa Google pode aparecer como um forte medidor de padrões de moda hegemônicos divulgados na mídia. Ao digitarmos a palavra "frizz" e selecionarmos a parte de informações por imagem, encontraremos os seguintes resultados:

**Figura 5: Resultados de imagens na busca por "frizz" no Google.**



Fonte: Google imagens.

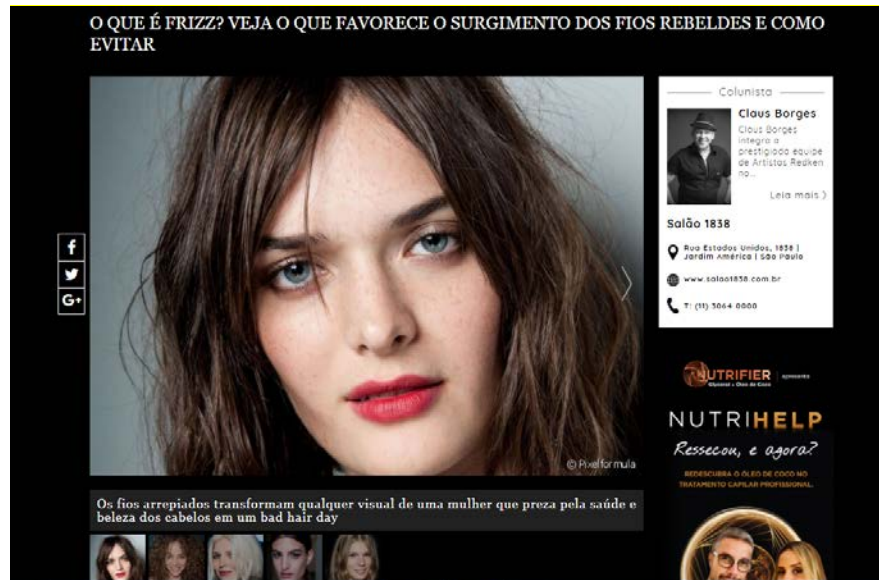
Percebemos que as primeiras respostas corroboram essa ideia de que o padrão de um cabelo disciplinado e sem fios "elétricos" engloba também mulheres brancas, pois a maioria das fotos possui modelos que enquadram-se em fenótipos caucasianos. Na parte superior, percebemos uma divisão que separa os cabelos lisos de cacheados, e uma pequena seção voltada para homens. Esse resultado mostra que o frizz é uma preocupação para diferentes mulheres.

A figura 6 (abaixo) também indica esse caminho. Na imagem, podemos ver a tela principal de uma reportagem do site Segredos de Salão, intitulada "O que é frizz? Veja o que favorece o surgimento dos fios rebeldes e como evitar". A foto principal possui uma modelo de cabelo liso com alguns fios tratados como rebeldes, os famosos frizz.

Nota-se que o frizz é colocado como um atributo a ser evitado, por todas as mulheres. A frase "Os **fios arrepiados** transformam **qualquer visual de uma mulher** que preza pela saúde e **beleza** dos cabelos em um bad day hair (dia do cabelo ruim)" (Grifos meus). Abaixo dessa frase, estão pequenas imagens de mulheres com diferentes tipos de cabelo. Inclusive, o cabelo cacheado aparece representado, mas não o cabelo crespo<sup>38</sup>.

<sup>38</sup> Ao longo desse capítulo, tento demonstrar que o cabelo crespo é muito silenciado nas mídias.

**Figura 6: Reportagem sobre frizz.**



Fonte: site Segredos de salão.

Assim, o cuidado para não ter esse "fios arrepiados" é projetado como uma missão de qualquer mulher dentro de um padrão estético e da moda vigente em nossa sociedade. Como ressalta Adriana M. Penna Quintão (2013):

Durante minha pesquisa de campo encontrei vários exemplos de produtos que não são exclusivos – e muitas vezes até que não são voltados – para negras, usando termos como “indisciplinado”, “rebelde”, “indomáveis”, “difíceis de domar” e “tratamento de choque” em referência aos “problemas” dos cabelos de suas consumidoras. O que ambos os discursos para negras e brancas têm em comum é o da *disciplinarização do cabelo*, almejando uma imagem “natural”, porém “controlada” para ambas as etnias. (QUINTÃO, 2013:22)

Esse estudo demonstra também que na busca por uma autoimagem inserida nos padrões estéticos dominantes, muitas mulheres se submetem a rituais de relaxamento e alisamento capilar. Assim, tanto mulheres negras quanto brancas almejam cabelos disciplinados no Brasil. Ao discutir sobre mulheres que utilizam químicas em seus cabelos, Adriana Quintão afirma que todas buscam uma certa "naturalidade", mas que essas percepções variam de acordo com a etnia.

O cabelo cacheado – com cachos grandes e “comportados” – é percebido como um cabelo “natural” para mulheres negras, enquanto o cabelo liso – mas com algum movimento – é percebido como “natural” para as brancas.

Para alcançar tais imagens "naturais", as mulheres se submetem a verdadeiros *rituais*, não medindo esforços para alcançar seus ideais de beleza, sacrificando assim seus orçamentos e até mesmo sua saúde e bem estar (QUINTÃO, 2013, p. 22).

Em nossa pesquisa, nos concentramos em padrões estipulados para mulheres com cabelos crespos e cacheados, das quais a grande maioria é de mulheres negras. Das 15 entrevistadas apenas uma declarou-se "branca", todas as outras utilizaram categorias como "morena", "negra", "preta", "marrom" ou "parda" para sua autodeclaração<sup>39</sup>.

Nesse momento, iremos nos debruçar sobre a relação das moradoras das favelas da Babilônia e do Chapéu Mangueira com a disciplinarização do cabelo, ou seja, com frizz e volume. Acreditamos que esses são padrões difundidos pela moda e assim necessitam de atenção para compreendermos as ressignificações atuais.

Sabemos que o racismo projeta-se dolorosamente sobre as mulheres de fenótipos negros. Essa discussão sobre o sofrimento de mulheres negras e as formas do racismo à brasileira reservamos ao terceiro capítulo desse trabalho, pois acreditamos que o espaço de discussão deve ser acentuado.

Pensando nas normas culturais demonstradas por Quintão (2013), a associação estabelecida como "normal" para as entrevistadas é com cabelos com cachos. Entre as entrevistadas duas ainda utilizam técnicas de relaxamento no cabelo, mas a grande maioria (13) atualmente não utilizam mais essas técnicas. Apenas três nunca utilizaram nenhum tipo de química relaxante e alisante no cabelo.

Algumas declararam já ter alisado os cabelos, mas a predominância estava no uso de técnicas de relaxamento, talvez por estar mais próximo de um cabelo percebido como "natural" para seu tom de pele. O depoimento de duas informantes mostra claramente essa colocação, a primeira usava química e a segunda ainda usa:

Assim uma coisa que não quero nunca na minha vida, e desde pequena também eu nunca gostei, é de fazer escova, já fiz, mas de fazer e molhar na hora pra ver como é que fica, meu cabelo é muito leve, entendeu? não tem aquele peso, então se eu fizer e sair, no primeiro vento já tá tudo pro alto (...) Eu usava mesmo só o beleza, mas eu usava mais quando ele era caído

---

<sup>39</sup> Essas categorias serão melhor problematizadas no terceiro capítulo dessa dissertação. Defendemos que há uma diferença conceitual entre raça e etnia que necessita de uma maior espaço de discussão.

né... o que me enjoava um pouco era o cheiro, mas era uma linha muito boa. (Renata, 24 anos, Leme, abril de 2017).

Faço, Beleza Natural, super relaxante... Eu já faço, seu eu não me engano, desde 2014. Eu passava salon line, só que salon line não abaixava meu cabelo, ele alisava e quando tava pra sair a química ele cacheava. E eu queria meu cabelo cacheado, meu cabelo, ele era mais curto. Depois que eu comecei a fazer no Beleza, ele começou a crescer mais, encher, ficar do jeito que eu queria, aí não mudei. Fiquei três meses sem fazer, aí fui lá, testei pra ver se podia passar a química. Aí to lá até hoje. Meu cabelo não se dava muito com química, então pra não ficar com o cabelo, eu botava trança... mas muito nova... Quando eu passava salon line, toda vez fazia escova, depois que comecei no Beleza nunca mais alisei, então, to mais de três, quatro anos sem fazer. (Tatiane, 18 anos, Leme, maio de 2017).

Os dois trechos demonstram uma vontade de diminuir o volume do cabelo, mas não de alisá-lo completamente. As informantes mencionadas afirmam ter o cabelo crespo e autodeclaram-se negra e parda respectivamente. Percebemos que houve, no passado, um forte movimento em busca de cabelos percebidos como disciplinados, corroborado pelo fato que a maioria das entrevistas buscavam técnicas de relaxamento. Mas, atualmente, essa categoria encontra-se em disputa. Pelo menos, quando pensamos a respeito dos cabelos cacheados e crespos<sup>40</sup>.

Os depoimentos recolhidos ajudam a demonstrar que a questão sobre volumes ainda não é fechada, ou seja, está em contestação em relação aos sentidos e significados em nossa sociedade. Entre as informantes que já utilizaram química no cabelo, as respostas em relação ao motivo do uso desse recurso estão sempre associadas ao volume:

Usava, assim, pra diminuir o volume do cabelo e definir os cachos, porque eu gostava. (Laura, 13 anos, Babilônia, abril de 2017).

Comecei a fazer o relaxamento pra tirar o volume, usei por uns cinco anos e tem tipo dois anos que parei... porque meu cabelo começou a cair, aí tava acabando com meus cachos... Assim, na época não gostava de cabelo cacheado, não. Não penso em voltar a usar, com química dá mais trabalho. (Fábia, 27 anos, Chapéu Mangueira, março de 2017).

Ah, o relaxamento, eu fiz pra soltar mais os cachos, Comecei a fazer com 14 e parei com 14 mesmo... Não pensei em voltar a usar, não... Parei porque o produto estava clareando o meu cabelo e também resolvi parar porque queria pintar, aí se continuasse com a química ia estragar meu cabelo, então, resolvi parar (...) Eu que corto agora, mas antes era a minha mãe que cortava, aprendi com ela... Meu cabelo tem um pouco de frizz e me incomoda um pouco, mas não posso fazer muito né, assim, é natural do cabelo, fazer o que né? Não sei o que escolher entre os dois, prefiro volume

---

<sup>40</sup> Outros tipos de cabelo como lisos e ondulados não foram alvo dessa pesquisa, portanto, não temos dados para pensar sobre suas atuais situações em relação à disciplina cultural atribuída a eles no passado. Mas arriscaria afirmar que o padrão disciplinante ainda impera nesses casos.



e definição juntos, andando de mãos dadas. (Natália, 17 anos, Leme, março de 2017).

Nas falas podemos perceber um traço de sofrimento<sup>41</sup> e a descoberta de afirmação através de uma ressignificação. Relatam aceitar utilizar química em seu cabelo mesmo sabendo das conseqüências negativas, tudo em prol de uma aceitação social. Natália é a única informante que autodeclara-se como branca e mesmo assim também percebe-se enquadrada nesse processo, onde o volume e ordem imperam. No discurso dela também percebemos uma aceitação do frizz do cabelo como constituinte de suas fibras capilares, diferente da representação divulgada na figura 4, onde ele é percebido como algo impuro.

Dentre as meninas que ainda usam técnicas de relaxamento, encontramos depoimentos ainda mais profundos. Assim, o volume ainda pode aparecer como um problema a ser resolvido, por quem ainda utiliza a química relaxante. Uma entrevistada que faz uso do "super relaxante" do salão "Beleza Natural", quando perguntada se preferia que os cabelos secassem com volume ou definição, ofereceu a seguinte resposta:

Frizz não me incomoda, como é cacheado, os cachos acabam escondendo um pouco (...) Volume, os dois, um pouco dos dois, Definição... muito volumoso já me incomoda, se enche muito meu cabelo já me incomoda. Eu acho que já não tá do jeito que eu gosto, e eu costumo jogar o cabelo pra um lado, pro outro, aí se ficar muito cheio eu não consigo tá fazendo, entendeu? (Tatiane, 18 anos, Leme, maio de 2017)

Nessa fala, percebemos que o alinhamento proporcionando por um controle do frizz fica em segundo plano, pois é passível de ser escondido pela estrutura do cabelo. Entretanto, o volume aparece como grande vilão. Apesar de na primeira resposta ser visto como desejável, como é para muitas outras entrevistadas, há um certo incômodo quando esse foge ao padrão de disciplina. Outra informante que ainda utiliza química relaxante fornece uma resposta ambígua sobre o volume:

Eu gosto do volume, mas o meu cabelo, ele tá de um jeito que não fica... não tá ficando, ainda tem química nele, eu fiz química pra abaixar um pouco ele... então aconteceu que ele não fica mais volumoso, não fica mais tipo black, entendeu? Porque meu cabelo era black (...) Me arrependi, não teria passado. Porque não tinha química nenhuma, ficou meio seco, eu fazia hidratação mas parecia que não adiantava... Cara, vou te falar uma coisa, eu gostava mais do meu cabelo antigamente, eu não sei por quê... porque

---

<sup>41</sup> Essa questão será melhor discutida no terceiro capítulo dessa dissertação.

eu acho que tava sem química, ele tava muito grande... pra que eu fui relaxar? Culpa da minha mãe... Eu acho que demora um pouco pra crescer, minha mãe diz que não, acho que é porque tá em mim, não tá nela... Agora eu acho que tá crescendo mais rápido, eu cortei ele bem baixinho aqui atrás... já tá grande (...) Eu fico chorando, minha mãe foi cortar meu cabelo agora... aí eu: mãe, você vai me deixar careca... (Marcia, 16 anos, Babilônia, janeiro de 2017).

Acredito que esse último depoimento coloca de uma forma clara como o volume e o frizz ainda são percebidos majoritariamente como inimigos em nossa cultura, principalmente pelo aspecto de uma imposição da mãe de nossa informante. Mas também lança vestígios da ressignificação que parece recorrer em relação aos cabelos crespos e cacheados. A informante afirma que gosta de volume e que o cabelo só tinha volume antes da química, mas que ela utilizou esse procedimento justamente para retirar o volume. Ao falar em arrependimento, culpa a mãe pela volta ao uso do relaxamento. Assim, notamos toda a ambiguidade que envolve o volume para cabelos crespos.

Na maioria dos depoimentos das informantes que nunca utilizaram técnicas relaxantes no cabelo, o frizz e a disciplina não aparecem claramente como um problema, mas sim são percebidos de uma forma mais ambígua:

Ah, normal... gosto de frizz. Mas o cabelo na maioria das vezes não fica do jeito que gosto!(...) Gosto definido com volume... Mas, assim, se tivesse que escolher, preferia a definição, sempre. Eu não acho meu cabelo tão bonito não, sei lá, porque ele fica de mal comigo às vezes... (risos). Cuido muito dele, mas gosto de pintar ele às vezes... Ele agora tá bem molhado, olha; (...) Meu cabelo não é disciplinado, não, gostaria que fosse. Disciplinado significa do jeito que eu gosto, né? Porque se for sim, ele não fica muito assim não. Então... Eu queria, porque a maioria das vezes não fica do jeito que gosto! Eu gosto com volume e definição, os dois juntos..Mas se eu tivesse que escolher preferia definição, acho, não sei. (Yara, 15 anos, Babilônia, maio de 2017).

Eu não me importo com isso aí [frizz], mas evita se a gente lavar o cabelo com água muito gelada... ou quente. E deixar de secar o cabelo com toalha esfregando e sim com uma blusa ou pano de algodão...( Juliana, 17 anos, Chapéu Mangueira, março de 2017).

Entretanto, em depoimentos tanto de meninas que já usaram químicas, como de quem nunca usou, o volume também pode aparecer de uma forma bastante positivada. Como os seguintes trechos demonstram:

Porque desde quando vi que, desde quando eu quis ficar com o cabelo assim, eu vi que eu tinha que usar os cremes pra cabelos assim, que se eu usasse outros talvez não ficaria do mesmo jeito, talvez não ficasse do jeito que eu quisesse. Creme pra cabelo alisado não ia ficar do jeito que eu

queria, bem cacheado, enrolado... Bem alto, volumoso... (Melissa, 17 anos, Babilônia, março de 2017).

Tem um ano que parei de usar química e amo o volume atual do meu cabelo... Antes eu não queria que ele tivesse volume, mas agora é só no volume. (Entrevista com Solange, Chapéu Mangueira, agosto de 2016).

Prefiro volume, sei lá... porque mas prefiro... Meu cabelo fica mais bonito e eu me sinto melhor. (Mariana, 13 anos, Chapéu Mangueira, maio de 2017)

As informantes que já utilizaram química (Melissa e Solange) afirmam em seus depoimentos que não gostavam do cabelo ser alto/cheio até pouco tempo atrás, por isso praticaram relaxamento. Mas, pelo trechos acima, podemos perceber que elas mudaram de opinião. Melissa ainda atribui esse fato à mudança que viu em outras mulheres em relação aos usos dos cabelos, mostrando a importância do social e da imitação (Simmel, 2008). A informante mais nova e que nunca utilizou química também relata sua preferência pelo volume.

Outro depoimento nesse sentido é o de Renata, que também utilizava química relaxante do *Beleza Natural*. Atualmente, ela possui um grande cabelo identificado por ela como "*black*", e, ao ser perguntada o que mudaria em seu cabelo, afirmou:

Colocaria mais volume... por causa que chama também pela minha altura e também pela minha origem... Todo mundo fica perguntando "É seu mesmo e tal". Eu falo é meu, pode botar a mão pra você ver... (Renata, 24 anos, Leme, abril de 2017).

O volume aparece como um elemento bem desejado e como um aspecto fundamental desses discursos. Defendemos que essa nova perspectiva quanto ao volume dos cabelos cacheados e crespos está dentro de uma ampla disputa de significados dentro da moda vigente.

Quantitativamente, as entrevistadas afirmaram preferir volume à definição dos cabelos quando perguntadas. Ao todo, nove afirmaram sua preferência por volume, duas respostas foram ambíguas, uma não soube dizer e três declararam preferência por definição. As experiências sobre finalizações para cabelos cacheados mostram que é difícil obter os dois resultados simultaneamente. Quanto maior a definição dos cachos, menor o volume e vice-versa.

Percebe-se que essa reformulação quanto ao volume de cabelos cacheados e crespos possui aspectos positivos, pois aparecem como táticas de combate aos

padrões hierarquizantes e disciplinarizante dos cabelos. Como sugere Mikhail Bakhtin (1987), os signos são ideológicos e estão imersos em uma arena de disputas pelo direito de significar. A polifonia, a circularidade dos mundos culturais e a ambivalência destacadas por esse autor ajudam a compreender a cultura enquanto forma de negociação.

Dentro dessa perspectiva, uma ressignificação dos padrões estéticos, tal como percebemos acontecer com o volume dos cabelos, que agora estão sendo valorizados, pode ser interpretada como uma tática (Certeau, 1998). Afirma que as classes mais subalternizadas economicamente utilizam a astúcia para fazer frente ao poder hegemônico. Salienta que “a astúcia é possível ao fraco, e muitas vezes apenas ela, como último recurso: quanto mais fracas as forças submetidas à direção estratégica, tanto mais ela está sujeita à astúcia. Traduzindo: tanto mais se torna tática” (CERTEAU, 1998:101).

Desse modo, “a tática é determinada pela ausência de poder assim como a estratégia é organizada pelo postulado de um poder” (CERTEAU, 1998:101). O autor reconhece a historicidade cotidiana dos modos de usar, percebendo as táticas como lugar das apropriações e as estratégias como lugar do poder hegemônico.

Assim, Michel de Certeau (1998) utiliza os conceitos de táticas e astúcias para construir seu sistema de representação que reconhece o potencial dos sujeitos e suas apropriações em resposta à hegemonia. Percebe-se que é possível tentar compreender os elementos estruturais presentes no cotidiano dos sujeitos, tal como novas formas de encarar o volume dos cabelos dentro da moda, levando em conta seu discurso e suas apropriações. A cultura é então entendida não pelo viés da passividade, mas no que possui em termos de força de transformação.

Entretanto, nem tudo são flores dentro dessa disputa em torno do volume dos cabelos. A mesma moda que coloca em questão padrões dominantes dentro da sociedade também pode criar novos mecanismos de categorização e assim de hierarquização.

### *2.2.2 Hierarquias da moda*

A moda extrapola o caráter meramente funcional, sendo uma forma de expressão, trazendo vários símbolos que são traduzidos pela sociedade. A moda, para Simmel (2008), está pautada numa transmissão psicológica em torno da imitação. Além disso, a moda fornece bases de conduta social. Como afirma Simmel (2008:23) “Ela liberta assim o indivíduo da dor da escolha e deixa-o, sem mais, aparecer como um produto do grupo, como um receptáculo de conteúdos sociais.” Assim, os indivíduos não se percebem enquanto sozinhos em seu agir.

Simmel (2008) salienta que a moda é imposta das classes mais altas para as mais baixas, sendo um produto da divisão de classes e formando um ciclo social fechado e isolado. Quando as tendências são adotadas em todas as classes, ocorre a busca por uma nova diferenciação.

As maneiras pelas quais as aparências são construídas estão, portanto, ligadas ao que é considerado desejável dentro dos padrões estéticos ditados pela moda através de um poder simbólico. Mas as mudanças na moda advêm de mudanças culturais.

Defendemos aqui que esse é um dos mecanismos que auxiliam nos novos ideais de cuidados com os cabelos anelados, nos quais o volume aparece como valorizado. Nesse sentido, Sapir (1931, *apud* QUINTÃO, 2013) afirma que a moda está associada à cultura da sociedade em que ela está inserida e não pode ser entendida de forma isolada à ela.

*Fashion is emphatically a historical concept. A specific fashion is utterly unintelligible if lifted out of its place in a sequence of forms. It is exceedingly dangerous to rationalize or in any other way psychologize a particular fashion on the basis of general principles which might be considered applicable to the class of forms of which it seems to be an example. [...] Changes in fashion depend on the prevailing culture and on the social ideals which inform it. Under the apparently placid surface of culture there are always powerful psychological drifts of which fashion is quick to catch the direction. In a democratic society, for instance, if there is an unacknowledged drift toward class distinctions fashion will discover endless ways of giving it visible form. Criticism can always be met by the insincere defense that fashion is merely fashion and need not be taken seriously. (SAPIR, 1931, 140-141 *apud* QUINTÃO, 2013:79).<sup>42</sup>*

---

<sup>42</sup> “Moda é enfaticamente um conceito histórico. Uma moda específica é totalmente ininteligível se retirada de seu contexto em uma sequência de formas. É extremamente perigoso racionalizar ou “psicologizar” de qualquer modo uma moda particular com base em princípios gerais que possam ser considerados aplicáveis à classe de formas das quais parece ser um exemplo. [...] Mudanças na moda dependem da cultura dominante e dos ideais sociais que a alimentam. Sob a superfície

A moda é, então, um dos fatores dentro do conjunto de discursos e forças que constituem o imaginário cultural dos indivíduos. Ela opera inserida no ambiente cultural que a estrutura. Dentro dessa cultura em que a moda está inserida, a mídia e os hábitos de consumo têm um forte papel, pois nas sociedades contemporâneas são eles que divulgam as tendências.

Segundo Sapir (1931, *apud* QUINTÃO 2013 ), os meios de comunicação são fundamentais para a disseminação e adesão à moda, mas eles agem em um cenário definido pela própria cultura da sociedade. Há, portanto, uma relação mútua onde a moda é moldada pela cultura, mas também influencia as relações estéticas da sociedade e, portanto, dos indivíduos. Ela também manifesta um aspecto de coerção dentro dos grupos sociais, já que é um mecanismo de poder simbólico.

Através também da moda, está criando-se um novo padrão estético para pessoas de cabelos crespos e cacheados. E o volume aparece como central nessa questão, conforme depoimento:

Se eu pudesse mudar algo nele? Ah, não sei, sei lá... Acho que deixar ele mais cheio, bem cheio mesmo, entendeu? Porque aí chama mais atenção e tipo assim que eu gosto dele. (Juliana, 17 anos, Chapéu Mangueira, março de 2017).

Juliana nunca utilizou química no seu cabelo, suas falas acima mostram que não importa-se com frizz nem com volume do cabelo. Nota-se que o gosto pelo volume está associado a "chamar atenção", ou seja, é um modelo de beleza que está sendo aceito na sociedade. E que antes era excluído e estigmatizado, sendo causa de sofrimento.

Entretanto, esse mesmo novo padrão de beleza pode causar novas formas de exclusão. Mulheres que não se sintam à vontade para "chamar atenção" já estão, mais uma vez, fora desse esquema de beleza gerado pela moda. As mulheres com cabelos crespos e cacheados seguem na direção de libertarem-se de uma "ditadura da chapinha", como é popularmente conhecido o alisamento de cabelos, mas correm o risco de cair em outro padrão de beleza que as organize em camadas.

---

aparentemente plácida da cultura sempre há poderosas correntes psicológicas que a moda é rápida em seguir. Em uma sociedade democrática, por exemplo, se há um movimento inconsciente para distinções de classe, a moda descobrirá infinitas formas de lhe dar visibilidade. Críticas podem sempre ser contestadas pela defesa hipócrita de que moda é apenas moda e não precisa ser levada a sério." (Tradução livre)

Um dos exemplos dessa ressignificação do cabelo está nos moldes da denominada "Geração Tombamento". Que aparece como um movimento empoderador por muitos ângulos, mas que também não estabelece uma discussão total da desconstrução de padrões. O termo "tombamento" vem da ideia de "tombar", ou "arrasar", gírias que significam fazer algo muito bem.

Essa geração é descrita como introdutória de uma estética de fortalecimento negro. É derivada de um movimento, muito baseado em música, consumo e juventude, e tem sido tópico de reflexão em diferentes meios, tanto virtuais como físicos. Pode ser pensada dentro de um grande movimento de preocupação de uma juventude negra com apresentação e reforço da beleza.

Ela está muito associada ao uso de roupas e acessórios coloridos e que chamem a atenção, refletindo-se inclusive nos cabelos. São alvo de críticas por serem vistas como reflexo de um consumismo. Entretanto, muitos defendem a representatividade que esse movimento fornece a jovens antes excluídos e marginalizados pela sociedade racista.

Aqui, defendemos que esse movimento é parte de uma redefinição de padrões de beleza em relação à beleza negra. E que auxilia na reconstrução de autoestima através do empoderamento. Mas que, como já afirmamos, também não deixa de ser mais uma forma de padronização pela moda. Salientamos que a luta política através da estética é uma poderosa ferramenta, mas apesar desse entusiasmo não podemos ser ingênuos em relação aos seus limites.

Dentro dessa nova padronização, o ideal e desejado é um cabelo bastante volumoso. Além disso, como já trabalhamos, dentro do universo dos próprios cabelos com curvaturas há uma escala, sendo o cabelo cacheado mais valorizado do que o crespo dentro dessa categorização. Portanto, meninas que não consigam ou não queiram se enquadrar nesses moldes acabam excluídas e marginalizadas. Assim, os novos formatos de cabelos não desconstroem os moldes aos quais as mulheres estão submetidas dentro da moda e continua a hierarquiza-las. Entretanto, apesar de ser um novo esquema estético, percebemos sua importância por ser um mecanismo contra o racismo e não queremos aqui negar seu caráter cultural e político.

As jovens aqui entrevistadas estão se reapropriando de elementos presentes na dominante cultura do consumo e ressignificando seus cabelos. E, portanto, atuando na valorização de uma estética até então estigmatizada. Salientamos que corpo e consumo, enquanto estéticos, podem ser elementos de inclusão social, mas que carregam limites.

Assim pensamos o cabelo enquanto ambivalente, inserido na cultura do consumo, marcado pela influência do discurso hegemônico do capital. Mas também fonte de táticas e apropriações que os sujeitos podem fazer nesse contexto. Além disso, o movimento de assumir os cabelos sem químicas está acontecendo em muitos lugares, muito pelo impulso causado pela internet e outros meios de comunicação.

As estéticas não deixam de relacionar-se com a sociedade do consumo e capitalista em que vivemos. Everardo Rocha (2006) afirma que o consumo nos faz conviver com coisas estranhas e banais. O autor sugere que o consumo é uma forma de estabelecer a proximidade e a diferença entre grupos sociais; também o estilo marca uma forma específica de diferenciação pelo consumo. Esses padrões de beleza divulgados dentro da moda são transmitidos e consolidados por meios de comunicação. Além de serem validados também por uma forte cultura do consumo presente em nossa sociedade.

## **2.3 Cabelo, Consumo, Meios de comunicação e Mercado**

Nesse tópico vamos discutir as relações que o cabelo pode assumir dentro das culturas do consumo e da mídia. Os meios de comunicação são divulgadores e influenciadores dos hábitos de consumo e padrões estéticos em nossa sociedade.

Há uma relação entre esse corpo construído socialmente e uma forte cultura do consumo, que busca também defini-lo e moldá-lo. Mas, ao mesmo tempo, busco refletir sobre as disputas presentes em torno de sua significação. A relação com as mídias, com destaque para internet, e com o mercado consumidor também são temas abordados.

A disputa pela aceitação do volume em cabelos crespos e cacheados cria novos hábitos e padrões de consumo. Esses rituais capilares criam e são



respaldados por uma forte indústria de produtos de cabelo, que buscam atingir diversas classes sociais e por isso oferecem produtos com preços variados.

Por tudo isso, buscamos compreender as relações entre cabelos, consumo e meios de comunicação dentro de uma sociedade capitalista como a nossa. Pensamos ainda sobre o crescente mercado brasileiro voltado para cabelos crespos e cacheados.

### *2.3.2 Corpo consumido e suas representações*

Nessa parte discutiremos questões relacionadas ao corpo, consumo e meios de comunicação. Esses elementos aparecem conjugados na contemporaneidade formando um tripé que influencia as relações sociais e os padrões estéticos.

É importante salientar que o cabelo é claramente um elemento corporal e que assim está sujeito às interpretações aqui tensionadas. O corpo tem uma posição central no estabelecimento das relações sociais e pode ser encarado como um artifício social e cultural, pois é entendido como produto desse meio. Assim, as maneiras de se tratar o corpo podem inserir o indivíduo na sociedade ou marginalizá-lo.

Moldado pelo contexto social e cultural em que o ator se insere, o corpo é o vetor semântico pelo qual a evidência da relação com o mundo é construída: atividades perceptivas, mas também expressão dos sentimentos, cerimoniais dos ritos de interação, conjunto de gestos e mímicas, produção da aparência, jogos sutis da sedução, técnicas do corpo, exercícios físicos, relação com a dor, com o sofrimento, etc. Antes de qualquer coisa, a existência é corporal. (LE BRETON, 2012:7).

Não se pode discutir corpo sem mencionar Marcel Mauss e sua formulação de “técnicas corporais” (MAUSS, 1974). O corpo, em suas múltiplas manifestações culturais, pode adquirir na construção de variáveis basilares, tais como as de indivíduo, gênero, idade, classe social etc. Na sugestão do próprio autor, conhecendo-se as modalidades de utilização do corpo humano, é possível conhecer uma sociedade.

Em sua perspectiva, as representações simbólicas e as técnicas utilizadas no trato dos cabelos podem ser compreendidas como resultado de um longo

aprendizado cultural. Bourdieu (2007a) aponta para a linguagem corporal como marcadora de distinção social e reveladora dos hábitos sociais.

O corpo é a mais irrecusável objetivação do gosto de classe, que se manifesta de diversas maneiras. Em primeiro lugar, no que tem de mais natural em aparência, isto é, nas dimensões (volume, estatura, peso) e nas formas (redondas ou quadradas, rígidas e flexíveis, retas ou curvas, etc...) de sua conformação visível, mas que expressa de mil maneiras toda uma relação com o corpo, isto é, toda uma maneira de tratar o corpo, de cuidá-lo, de nutri-lo, de mantê-lo, que é reveladora das disposições mais profundas do *habitus*. (BOURDIEU, 2007a:188).

Percebemos que as diferentes manifestações e manipulações corporais, tanto antigas como novas, estão inseridas em um *habitus*, no sentido que Pierre Bourdieu (2007a) sugere. Inclusive práticas que garantam o uso de volume nos cabelos crespos e cacheados.

O *habitus* é, com efeito, principio gerador das praticas objetivamente classificáveis e, ao mesmo tempo, sistema de classificação de tais práticas. Na relação entre essas duas capacidades que definem o *habitus*, ou seja, capacidade de produzir práticas e obras classificáveis, além da capacidade de diferenciar e de apreciar essas práticas e esses produtos (gosto), é que se constitui o mundo social apresentada, ou seja, o espaço social dos estilos de vida. (BOURDIEU, 2007a:162).

Esse conceito resgata a ideia de que o agente interage com a realidade social, pois o *habitus* é uma disposição que fundamenta as condutas dos indivíduos, sendo o principio gerador das práticas e ações dos agentes. São regularidades que internalizam as representações da estrutura social, mas que ressaltam o lado ativo do individuo. O *habitus* é, com efeito, principio gerador das praticas objetivamente classificáveis e, ao mesmo tempo, sistema de classificação de tais práticas.

Assim podemos pensar em um *habitus* corporal, ou seja, uma série de disposições que orientam as relações dos sujeitos com seus corpos, mas que também são construídas por eles, buscando nas aparências uma comunicação de sua performance. Mesmo que as reconfigurações em relações aos cabelos sejam apoiadas em práticas recentes, elas não deixam de apoiar-se em um novo *habitus* corporal em relação aos seus cabelos.

O corpo é superfície sobre o qual se inscreve o cultural. Dessa maneira, os elementos corporais tal como o cabelo e suas manipulações podem ser considerados um capital (GOLDENBERG, 2007) dentro da cultura do consumo. Capital no sentido de recurso utilizado pelos indivíduos dentro de certo espaço social

para expressar suas performances. Esse capital pode ser convertido em outros tipos de capitais – econômico, social, cultural e simbólico (BOURDIEU, 2007a).

O consumo pode ser considerado uma temática recente dentro das ciências sociais. Embora seja possível apontar um interesse já consagrado da disciplina em investigar o modo como a dimensão material dos bens afeta a vida social, é preciso ressaltar que a preocupação dominante nesses trabalhos era com a produção. Descartava-se o estudo da apropriação diferencial dos bens no interior das sociedades e predominava uma visão utilitarista e moralizante sobre o tema (BARBOSA, 2010).

Entretanto, a partir das obras de autores como Mary Douglas (2013) e Colin Campbell (2001) no exterior e Livia Barbosa (2010) e Everardo Rocha (2006) no Brasil, o estudo de uma antropologia do consumo começou a consolidar-se. Nessa perspectiva entende-se que o ato, a forma e os modos de consumir são dotados de sentidos e significados simbólicos socialmente construídos e discursivamente elaborados. Tal como Featherstone (1995), ao pensar o termo cultura do consumo:

Usar a expressão cultura de consumo significa enfatizar que o mundo das mercadorias e seus princípios de estruturação são centrais para a compreensão da sociedade contemporânea. Isso envolve um foco duplo: em primeiro lugar, na dimensão cultural da economia, a simbolização e o uso de bens materiais como 'comunicadores', não apenas como utilidades; em segundo lugar, na economia dos bens culturais, os princípios de mercado - oferta, demanda, acumulação de capital, competição e monopolização que operam dentro da esfera dos estilos de vida, bens culturais e mercadorias" (FEATHERSTONE, 1995: 127).

Featherstone (1995) afirma que na cultura do consumo contemporâneo, o estilo de vida implica individualidade, auto-expressão e uma consciência estilizada de si. Admite uma ambiguidade na concepção do estilo de vida, pois ele é marcado por uma influência da sociedade de massas, bem como a existência de um ponto de vista autônomo, procurando superar essa dualidade. Don Slater (2002) salienta que a cultura do consumo é o modo dominante de reprodução cultural desenvolvido no Ocidente durante a Modernidade, que foi continuada e intensificada na chamada sociedade Pós-Moderna.

Mary Douglas e Baron Isherwood, no livro *O Mundo dos Bens* (2013), defendem que é importante entender o consumo como um sistema de significação e de códigos, onde os bens são necessários, mas acima de tudo evidenciam

categorias culturais e traduzem nossas relações sociais. Eles acreditam que o uso que fazemos das mercadorias é relacionado apenas em parte com sua aplicação física, sendo seu uso enquanto marcador social fundamental.

Argumenta-se que os bens são portadores de significados, mas nenhum o é por si mesmo. O significado só é decifrado nas relações entre bens e indivíduos. Desse modo, “os bens são neutros, seus usos são sociais; podem ser usados como cercas ou como pontes” (DOUGLAS & ISHERWOOD, 2013:30).

Assim, os objetos, incluindo os produtos para cabelo crespos e cacheados, servem para pensar como os sujeitos classificam o mundo. Defendemos aqui que esse novo *habitus* corporal que indica uma prática que valorize o volume dos cabelos cacheados e crespos utiliza os produtos como "pontes" para importantes transformações sociais.

Quando se diz que a função essencial da linguagem é sua capacidade para a poesia, devemos supor que a função essencial do consumo é sua capacidade de dar sentido. Esqueçamos a ideia de que as mercadorias são boas para comer, vestir e abrigar; esqueçamos sua utilidade e tentemos em seu lugar a ideia de que as mercadorias são boas para pensar. (DOUGLAS & ISHERWOOD, 2013, p. 106).

Esse trabalho insere-se nessa perspectiva. Admitindo que as mercadorias e os produtos são bons pra pensar as novas formas de usos dos cabelos crespos e cacheados que estão impactando a sociedade. Quando perguntadas se gastam muito com seus cabelos, a resposta de quase todas as informantes foi positiva:

Eu sempre compro o creme, comprei mês passado, comprei dois, sempre compro dois pra deixar um de reserva, eu uso um, porque tem aquele máximo do tempo do creme acabar, se eu compro dia 10 ele tem que durar até dia 10 do mês que entrar, pra mim é assim. (...) Eu sou o tipo de pessoa que eu compro tipo, eu comprei um creme mês passado, eu recebo esse mês agora, eu compro outro pra ficar na reserva, eu fico morrendo de medo... eu só uso ele, vai que não tem na farmácia, aí já deixo lá (...) Se eu deixasse de usar, meu cabelo ia ficar feio. Não sei, meu cabelo só ficou bonito, eu não sei o que aconteceu... Eu comecei a usar esse creme porque minha prima usava, iluminador... você pode usar ele sem água que seu cabelo fica tipo brilhando, entendeu? Só que eu comprei errado do dela, o dela tinha uma moça loira na frente, o que eu comprei tinha uma moça morena, aí eu comecei a usar esse creme, foi o único creme que se deu no meu cabelo. (Marcia, 16 anos, Babilônia, janeiro de 2017).

Assim, gasto né? Porque o Beleza, vai passando os meses, vai passando de 3 em 3 meses, quase pra 4, quando eu não to com condições. porque eu vou lá gasto mais de 150 reais, quase 200 reais, juntando os cremes, o cabelo... que só o cabelo ta quase 90 e pouco (...) Assim, eu gasto

bastante, porque o creme não dura muito tempo, então assim o valor vai juntando... (Tatiane, 18 anos, Leme, maio de 2017).

Gasto sim, muito creme, né? (risos) (Yara, 15 anos, Babilônia, maio de 2017).

Sim, gasto muito sim! Mas pra cuidar do meu cabelo não tem preço, não! (Priscila, 13 anos, Chapéu Mangueira, maio de 2017).

Os produtos comprados para os cuidados e rituais corporais aparecem como centrais para essas mulheres. Inclusive o consumo de determinado produto aparece como essencial para manter a beleza do cabelo no primeiro depoimento. Notamos ainda um lugar especial dado aos cremes de pentear, pois são os de uso diários. No último depoimento, a informante afirma não se importar com o dinheiro gasto devido ao benefício de continuar cuidando de seu cabelo. Através da relação da informante com os produtos, pude perceber a centralidade que o cabelo possui em sua performance.

Outro autor que percebe o ato de consumir como cultural é Colin Campbell. Suas ideias estão sintetizadas em *A ética romântica e o espírito do consumismo moderno* (2001). Ele sugere que a característica do consumo moderno decorre de alterações ocorridas em torno do século XVII, quando se teria dado a passagem do hedonismo tradicional para o moderno. O livro mostra uma nova perspectiva do consumismo e materialismo contemporâneo, em contraposição às tradicionais denúncias sobre o aspecto individualista da sociedade moderna.

O hedonismo tradicional era vinculado às sensações corporais e construído pela memória; nele as emoções eram construídas a partir de exterioridade. Já no hedonismo moderno há vínculo com as emoções; essa forma do hedonismo é constituída com a imaginação, as sensações se transformam em emoções e agora são constituídas na mente do sujeito. O autor sugere, então, que o sujeito no hedonismo moderno está mais preocupado com o desejo de consumir do que com o objeto em si.

Lipovetsky (1999) divide o capitalismo de consumo em três fases. Segundo tal divisão, a fase I compreende o período que vai de 1880 até o final da Segunda Guerra Mundial, a fase II emerge nesse período e vai até os anos 1980, enquanto a fase III tem início no final dos anos 1980 e início dos anos 1990, indo até os dias atuais.

Essa terceira fase, do momento atual do capitalismo, é marcada por um hiperconsumo, no qual os sujeitos estão altamente imersos. Assim, o estilo de vida presente nessa fase do capitalismo de consumo está conectado à juventude, tornando-se a grande referência desse hiperconsumo (Lipovetsky, 1999). Ademais, Lipovetsky (1999:188) afirma que a mídia e a publicidade são a “apoteose da sedução”. Dentro desse contexto, os modelos de estética e moda ganham grande proporções.

O consumo se transforma, principalmente a partir das últimas décadas do século XX, no carro-chefe do sistema econômico, base para o processo de globalização de hábitos e valores em escala mundial e principal lugar de identificação e projeção de marcas identitárias, principalmente se levarmos em conta que a flexibilização dos laços tradicionais que antes conferiam os suportes para a confecção das identidades leva os indivíduos a buscar outros parâmetros para suas ancoragens.

A moda torna-se um fenômeno global que está associada a um esforço midiático em padronizar as estéticas a partir de seus discursos e narrativas. E um desses discursos é sobre os usos que fazemos do nosso corpo. E quem irá servi-los nesse propósito serão as mídias, que irão se expandir cada vez mais, graças ao desenvolvimento das novas tecnologias.

Os consumos estéticos, mesmo os que buscam ressignificações sociais, refletem uma preocupação dos sujeitos com a aparência, ou fachada pessoal. Essas práticas de comunicação e manipulação do cabelo estão inseridas em certo condicionamento social ou *habitus*.

Esses recursos de manipulação do corpo funcionam como ferramentas de comunicação de grupos sociais, sendo a beleza vista como uma obrigação social, muitas vezes (GOLDENBERG, 2007). O depoimento de Renata, que mantém cabelo *black* e afirmou preferir volume, mostra essa questão:

Assim, no momento eu vejo que ele não está bonito, assim perfeito. Ele gasta, gasta bem... Taria melhor se eu estivesse fazendo uma hidratação bem profunda nele, pelo menos três vezes no salão, sério... a pessoa pegando por mechas, ele ia tá melhor... Mas, no momento, eu não tenho condições, então eu mesma faço em casa... (Renata, 24 anos, Leme, abril de 2017).

Percebemos que ela afirma que a sua prática com o cabelo é apoiada em um ritual no qual gasta muito dinheiro e que está inserido no universo do consumo. Mais que isso, ela afirma que o cabelo não está "perfeito", demonstrando claramente que há escalas de valor agindo sobre a ideia de cabelo. Podemos notar que o cabelo "perfeito" para essa informante é aquele com bastante volume e sem ressecamento. E, para alcançar esse ideal, deveriam ser feitos muitos rituais de hidratação, mas não em qualquer lugar e sim em salões de beleza.

Assim, as mulheres que usam seus cabelos crespos e cacheados sem químicas de relaxamento e com isso assumem seus volumes, estão sim ressignificando os modos de usar os cabelos. Modos corporais que antes não eram valorizados estão assumindo novas representações sociais. Entretanto, isso forma um novo padrão de consumo estético, pautado numa ideia de capital para o corpo. E, dessa forma, ele não deixa de estar em contato com as necessidades mercadológicas e com os meios de comunicação.

Para pensar sobre essa questão entre cultura e meios de comunicação, Douglas Kellner (2001) propõe o uso do termo "cultura da mídia". Em sua definição:

A expressão "cultura da mídia" também tem a vantagem de dizer que a nossa é uma cultura da mídia, que a mídia colonizou a cultura, que ela constitui o principal veículo de distribuição e disseminação da cultura, que os meios de comunicação de massa suplantaram os modos anteriores de cultura como o livro ou a palavra falada, que vivemos num mundo no qual a mídia domina o lazer e a cultura. Ela é, portanto, a forma dominante e o lugar da cultura nas sociedades contemporâneas. (KELLNER, 2001:54)

Ele usa essa expressão para mostrar a centralidade que as mídias adquirem em nosso cotidiano. Reconhece-se o poder dos meios de comunicação de massa que servem, em última análise, ao poder vigente.

Dentro desse contexto, a mídia pode ser percebida como o grande agente difusor do culto ao corpo como tendência de comportamento e consumo. Ela anuncia e vende novas práticas de lidar com os corpos dentro de padrões de beleza estabelecidos predominantemente.

[...] A ética da beleza, que também é a da moda, pode definir-se como a redução de todos os valores concretos e dos "valores de uso" do corpo [...], ao único "valor de permuta" funcional que, na sua abstração, resume por si só a ideia de corpo glorioso e realizado, a *ideia* do desejo e do prazer – negando-os e esquecendo-os precisamente na sua realidade para se esgotar na permuta de signos. (BAUDRILLARD, 2010:174).

Os meios de comunicação agem para construir e reforçar o consumo, o imaginário cultural e produção de sentidos sobre os corpos e cabelos. É importante salientar que esses discursos que valorizam padrões de beleza dominantes privilegiam cabelos lisos e loiros, contribuindo para o apagamento e a discriminação em relação aos cabelos crespos e cacheados. Pois são valorizados fenotípicos brancos em detrimento dos negros. Ou seja, no espaço midiático também percebe-se racismo, como coloca Muniz Sodré, “a mídia funciona, no nível macro, como um gênero discursivo capaz de catalisar expressões políticas e institucionais sobre as relações inter-raciais, (...) que, de uma maneira ou de outra, legitima a desigualdade social pela cor da pele.” (SODRÉ, 1999:243).

O discurso midiático produz uma narrativa que carrega os corpos de sentidos e significados e é reforçado por interesses econômicos do mercado da beleza. O corpo e seus elementos são, portanto, recursos de expressão com fortes relações midiáticas.

A mídia enquanto dispositivo de poder a serviço de uma comunicação baseada nas fórmulas de mercado atualiza constantemente as práticas coercitivas que atuam explicitamente sobre a materialidade do corpo. O corpo mensagem, como corpo da comunicação, mutila-se, modifica-se, transforma-se e estetiza-se para servir como aporte de mercadorias/produtos e de conceitos/ideias (HOFF, 2005:32).

Utilizamos o nosso corpo para fins de comunicação, significação e marcação. E, dentro dos discursos midiáticos, eles podem ser apropriados, obedecendo às demandas do capitalismo e à cultura de consumo nela instalado.

[...] O corpo assim “reapropriado” torna-se função de objectivos “capitalistas”: quer dizer, se se investe é para o levar a frutificar. O corpo não se reapropria segundo as finalidades autónomas do sujeito, mas de acordo com o princípio *normativo* do prazer e da rendibilidade hedonista, segundo a coacção de instrumentalidade directamente indexada pelo código e pelas normas da sociedade de produção e de consumo dirigido. Por outras palavras: administra-se e regula-se o corpo como património; manipula-se como um dos múltiplos *significantes de estatuto social*. (BAUDRILLARD, 2010:171-172).

Os veículos de comunicação são responsáveis por divulgar propagandas de serviços e produtos para os cabelos, bem como também fornecem representações das estéticas, reforçando os interesses das classes dominantes. Assim, moda, mídia e indústria de produtos capilares formam um ciclo que sustentam os *habitus* corporais presentes em nossa sociedade. E os *habitus* estimulados, divulgados e



produzidos são os que possuem características hegemônicas, entre elas o padrão do cabelo liso.

É importante destacar que procuramos compreender o consumo enquanto ambíguo. Desse modo, é fundamental uma análise que leve em conta o papel encompassador da sociedade de consumo, mas também o alargamento do campo de possibilidades para que o indivíduo possa construir suas representações de si e configurar suas formas identitárias (ENNE, 2006).

Entretanto, é importante destacar que mesmo que não seja o padrão preferido dos meios de comunicação, essas novas práticas de consumo que estão em disputa, tal como o uso de cabelos crespos e cacheados com volume, também estão imersas na cultura das mídias. Pois ela vai estimular hábitos de consumo inclusive sobre esse novo padrão estético.

Martín-Barbero (1997) defende um esforço metodológico e teórico para que desentranhemos a complexa trama de mediações que a relação entre comunicação, cultura e política articula. Para ele, as mediações ganham destaque frente aos meios. Há uma relação de interação entre os meios de comunicação e a sociedade.

A produção em massa não anula o que há de popular na cultura, elementos da dimensão popular conseguem se infiltrar no massivo, mantendo sua tradição e cultura, o que leva à constituição de uma heterogeneidade – uma mestiçagem cultural – com valores, crenças e formatos que, não raro, se opõem (MARTÍN-BARBERO, 1997).

Martín-Barbero argumenta que os meios de comunicação têm função ideológica dentro da sociedade, mas que os receptores não são passivos. Aqueles que recebem as mensagens programadas pelos meios de comunicação são percebidos como capazes de produzir sentidos diferenciados dentro do consumo que fazem. Percebemos, então, que ao pensar as relações dos meios de comunicação dentro da cultura de consumo que forma padrões estéticos, é preciso romper com visões dualistas. Admitindo o lugar da dominação, mas mostrando que existem lógicas distintas a partir das reapropriações.

A partir desses conceitos, podemos pensar práticas de consumo cotidianas, que fazem parte de um discurso hegemônico, reforçado pelos meios de comunicação. Mas que podem ser reapropriadas e utilizadas na construção dos

estilos de vida no mundo contemporâneo, dentro de um campo amplo na arena de disputa por significados. Defendemos que os novos modos de utilizar os cabelos crespos e cacheados refletem essas práticas.

Desse modo, podemos afirmar que diferentes programas midiáticos e diferentes mídias repassam representações sociais cristalizadas que influenciam os discursos e significados sobre os cabelos cacheados e crespos. Atualmente, há uma maior disputa por esses espaços, mas dentro das mídias hegemônicas esse ainda é o discurso existente. Essas representações contribuem para disseminação de estereótipos e valorizam corpos com padrões estéticos definidos.

Qualquer forma de representação por si mesma é idealizada, posto que não é o objeto, mas sim uma interpretação do mesmo, de modo que ninguém conseguiria produzir um retrato fiel da favela, até porque a favela tem muitas faces. No entanto, a mídia costuma escolher a face da favela mais sangrenta, violenta, a que mais faz barulho e incomoda. (SILVA, 2004:52).

As mídias e suas linguagens mais tradicionais, como jornal, televisão e propagandas, são as maiores difusoras dessas faces, tanto em estereótipos sobre as favelas, quanto no que se refere aos padrões de beleza corporais. Como, por exemplo, o de mulheres com cabelos crespos e cacheados, foco desse trabalho, que muitas vezes foram e ainda são representadas dentro de estereótipos ou são silenciadas dentro dos meios de comunicação.

Ao estudar a branquitude, Liv Sovik (2002) esclarece como a mídia é racista, pois "suaviza os contornos de categorias raciais enquanto mantém as portas fechadas" (SOVIK, 2002:11). Essa autora ressalta que a mídia considera a branquitude como um valor ou um ideal e destaca que há um panorama da história da sub-representação e estereotipia do negro na televisão. Os meios de comunicação são uns dos principais reprodutores da lógica racista.

Sovik (2002) admite que, na última década, os negros conseguiram ocupar mais espaços dentro da cultura da mídia, muito pelo ativismo negro. Mas afirma que, mesmo com todas as políticas públicas e as lutas para inclusão da cultura negra nos meios de comunicação, o lugar de poder branco continua assegurado. Ao pensar sobre o papel das mídias em relação a esse discurso, conclui que "a branquitude faz parte de uma ficção, um discurso identitário, pouco explícito e não por isso menos poderoso" (SOVIK, 2002:12).

Desse modo, percebe-se que, mesmo que estejam havendo algumas lutas dentro dos meios de comunicação, o papel atribuído às mulheres negras segue carregado de estereótipos. Nota-se que as representações de beleza continuam excludentes dentro das mídias.

Nesse ponto, é importante ressaltar que as representações sempre serão falhas, pois são incapazes de englobar as pluralidades do cotidiano e possibilidades estéticas. Entretanto, para Hall (1997b), representar faz parte do processo pelo qual produzimos significados e geramos uma sensação de pertencimento. Ele sugere que através das representações (usos, pensamentos e discursos) é que damos significado às coisas.

Desse modo, a falta de representação (ou a sub-representação) de referências de beleza negra nas mídias atingem as mulheres negras quanto a suas definições e pertencimentos. Percebemos a dificuldade em construir performances positivadas para mulheres que tenham seus cabelos crespos e cacheados (fenótipos negróides) quando o discurso e as representações valorizam a branquitude.

Dentro desse quadro, ao perguntar para minhas informantes sobre se inspiravam-se em alguma pessoa famosa para seus cuidados com os cabelos crespos e cacheados, as respostas não surpreenderam. Muitas afirmaram não reconhecerem-se em nenhuma representação. No contexto das mídias convencionais, apenas a atriz Taís Araújo foi citada. Podemos pensar que isso acontece porque a atriz citada é uma das poucas que aparece em papéis não estereotipados na televisão brasileira, como é o caso da série "Mister Brau"<sup>43</sup>.

Me inspiro na mulher do "Mister Brau", Taís Araújo, né? (Priscila, 13 anos, Chapéu Mangueira, maio de 2017).

Agora, cabelo, tudo é fake, né. A maioria das pessoas, Na época que a Taís Araújo fez um papel daquela novela Helena, eu falei, mãe eu quero o cabelo igual o dela... aí eu trabalhava, fui lá e comprei o cabelo igualzinho o da personagem, mas de cabelo, cabelo natural, eu não me espelho em ninguém, não (...) Esse agora que ela tá participando do "Mister Brau" não é dela... o dela tá ali crescendo, tá bem natural, mas aquilo ali é aplique... (Renata, 24 anos, Leme, abril de 2017)

---

<sup>43</sup> É uma série de televisão brasileira produzida e exibida pela Rede Globo desde 2015. O programa aborda o preconceito com um casal de negros que ascendeu socialmente através das artes. A história gira em torno de um cantor popular, o "Mr. Brau" (Lázaro Ramos), e sua esposa, a empresária e coreógrafa "Michele" (Taís Araújo).

Nesse depoimento, percebemos que o papel da atriz em "Mister Brau" ganha destaque. Mas a informante Renata afirma que mesmo assim não é possível inspirar-se nela para manter seus cabelos "naturais", pois segundo ela a atriz usaria apliques.

Percebemos então a dificuldade de representação a que essas mulheres estão sujeitas. É certo que a própria atriz citada e outras mulheres negras vêm ganhando destaque recentemente, mas esse processo parece ainda embrionário.

Dentro do atual contexto, ainda permanecem representações que não englobam diferentes padrões de beleza. E pensando especificadamente sobre cabelos sem uso de recursos como apliques ou relaxamentos, parece que o caminho ainda é mais sinuoso dentro das mídias televisivas. A relação entre as táticas de ritual com os cabelos anelados e os meios de comunicação esbarra ainda na questão da representatividade.

**Figura 7: Atriz Taís Araújo caracterizada como a personagem "Michele" de "Mister Brau".**



Fonte: Site EGO/ Globo.com.

É inegável o grande papel que os meios de comunicação exercem na construção e disseminação de elementos simbólicos. Contribuindo, assim, para uma cultura que também valorize fenótipos brancos. Entretanto, em movimentos

mais recentes, percebemos que diferentes atores sociais, tanto dentro como de fora desses espaços, estão buscando uma maior representatividade e gerando uma perspectiva de mudança. Mostrando que é possível buscar brechas, e atuar dentro delas, em novas formas de construção da sociedade e dos parâmetros culturais ali presentes. Obrigando os meios de comunicação a começarem a repensar seus discursos. Há uma constante busca por emancipação e reconhecimento dentro do movimento negro.

Nesse ponto, é importante destacar que outros imaginários sobre a negritude vêm sendo construídos, repensando e ampliando os repertórios estéticos (por exemplo, o filme *Kbela*, de 2015<sup>44</sup>). Mas esses novos lugares de visibilidade estão distantes das mídias tradicionais, que são as que atingem a maioria da população.

Um caminho para trilhar essa disputa dentro das culturas do consumo e de mídia parece ser a internet. Esse meio possibilita novos caminhos de produção, mesmo que não acabem diretamente com as desigualdades, graças a uma multiciplidade de discursos que ganham voz nas sociedades contemporâneas. Pensando nesse tipo de mídia virtual, os depoimentos das entrevistas já encontram uma maior representatividade. Foram citadas diferentes blogueiras de cabelos:

Sigo na internet a Gill Vianna e a Rayza Nicácio... conhece? Ah, e a Jana do manual dos cachos... (Fábia, 27 anos, Chapéu Mangueira, março de 2017).

Uso a internet muito pouco, mas sigo a Dayellen Pâmela, Nina Gabriella, Maju Silva... Os cabelos delas são lindos, queria que o meu ficasse igual o delas... Acho que eu tento, mas nunca é igual, né? Sei lá. (...) Através delas acho produtos pra usar no cabelo e vejo hidratações, novidades e tal... Vejo muitos vídeos pelo facebook mesmo, mas não entro muito no youtube. (Yara, 15 anos, Babilônia, maio de 2017).

Aprendi muito com a internet, sigo a Dayellen Pâmela, aprendi através dela a comprar os produtos mas o preço também conta na hora de escolher, não quero gastar muito. (Gilda, 16 anos, Babilônia, maio de 2017).

---

<sup>44</sup> "KBELA é um curta-metragem de gênero experimental que se ramifica em diferentes linguagens artísticas, como literatura, teatro, e uma de suas inspirações é o filme "Alma no Olho" (1974) de Zózimo Bulbul. Representatividade, empoderamento, autoestima e reconhecimento são disputas que o KBELA se insere, onde o desafio é, a partir da criação de novas narrativas sobre a mulher negra, garantir alguma visibilidade que possa interferir, e quem sabe, alterar efetivamente a realidade". Fonte: [http://canalcurta.tv.br/pt/filme/?name=curta\\_com\\_kbela](http://canalcurta.tv.br/pt/filme/?name=curta_com_kbela). Acessado em 29/06/2017. O filme foi escrito e dirigido pela cineasta negra Yasmin Thayná. Sua temática pensa sobre os processo de branqueamento que as mulheres negras estão sujeitas através do uso de químicas nos cabelos. Busca uma reflexão que enxerga empoderamento no uso cabelos crespos e cacheados.

Atualmente, todas as vloggers citadas são consideradas "embaixadoras" de alguma marca de produtos para cabelo. Gill Vianna<sup>45</sup> e Dayellen Pâmela<sup>46</sup> têm contrato com a marca Salon Line. Nina Gabriella<sup>47</sup> é ligada ao grupo Niely Gold, Rayza Nicácio<sup>48</sup> e Maju Silva<sup>49</sup> são embaixadoras seda. É importante destacar que elas já faziam sucesso nas redes sociais falando sobre seus cabelos e posteriormente firmaram contratos para divulgação das respectivas marcas.

**Figura 8: Montagem com youtubers citadas: Gill Vianna, Rayza Nicácio, Dayellen Pâmela, Nina Gabriella e Maju Silva.**



Fontes: Youtuber: GillVianna/ twitter: Rayzanicacio/ Site To Podendo/ Pinterest/ Priscilanayarablog.blogspot

É preciso destacar que essas influenciadoras digitais ganham espaço no ambiente virtual justamente por proporem-se a ser representantes para mulheres de cabelos crespos e cacheados. Seu sucesso na internet existe justamente pela

<sup>45</sup> Link para o canal no youtube: <https://www.youtube.com/user/GillVianna>. Acessado em 23/07/2017.

<sup>46</sup> Link para o canal no youtube: <https://www.youtube.com/user/daaypamella>. Acessado em 23/07/2017.

<sup>47</sup> Link para o canal no youtube: <https://www.youtube.com/user/ninagabriella>. Acessado em 23/07/2017.

<sup>48</sup> Link para o canal no youtube: <https://www.youtube.com/user/rayzabatista>. Acessado em 23/07/2017.

<sup>49</sup> Link para o canal no youtube: <https://www.youtube.com/user/mariajuliasiva13>. Acessado em 23/07/2017.

ausência desse tipo de cabelos em locais de divulgação de beleza. Elas auxiliam mulheres que antes não sabiam como tratar de seus próprios cabelos, mas que agora estão buscando uma nova reconfiguração desse ideal. Entretanto, nota-se que nenhuma das youtubers têm os fenótipos negróides muito acentuados, mostrando que a luta ainda é necessária.

Hall (2003a) afirma que a descentralização trazida pela pós-modernidade abre espaço para uma ambígua proliferação da diferença e, assim, para a contestação das relações culturais. A luta por espaços e mecanismos para superar as desigualdades deve acontecer dentro da hegemonia cultural. Como coloca Kellner (2001), ao pensar os contextos de resistências: "a cultura de mídia é também o lugar de batalhas pelo controle da sociedade" (KELLNER, 2001:54).

Desse modo, Hall (2003a) salienta que as culturas marginalizadas, como a negra, continuam periféricas, mas que encontram mais caminhos de produção. Isso não ocorre apenas pela abertura de espaço, mas também como resultado de políticas culturais da diferença, de lutas em torno da diferença e da produção de novos sujeitos e identidades na disputa cultural e política.

Para Canclini (2004), o papel da globalização tecnológica aparece como central num discurso que busque reconhecer as diferenças e corrigir as desigualdades. "Nenhuma destas questões tem o formato de há trinta anos. Mudaram desde que a globalização tecnológica passou a interconectar simultaneamente quase todo o planeta e a criar novas diferenças e desigualdades." (CANCLINI,2004:16).

Essa afirmação ajuda a lembrar que a comunicação mediada por computador não extingue os processos verticais de fornecimento de informações, podendo ser similar às dinâmicas que caracterizam os meios de comunicação de massa clássicos (JUNGBLUT, 2004). Entretanto, mesmo que essas novas tecnologias digitais não rompam totalmente com a hegemonia dos meios de comunicação, elas difundem uma maior diversidade de conteúdo e garantem uma maior liberdade.

A comunicação via internet propicia a criação e o desenvolvimento de um novo espaço, tendo como uma das características mais marcantes a interatividade. Assim, todos são potencialmente emissores e receptores.

Como se sabe, os meios de comunicação clássicos (relacionamento um-todos) instauram uma separação nítida entre centros emissores e receptores passivos isolados uns dos outros. As mensagens difundidas pelo centro realizam uma forma grosseira de unificação cognitiva do coletivo ao instaurarem um contexto comum. Todavia, esse contexto é imposto, transcendente, não resulta da atividade dos participantes no dispositivo, não pode ser negociado transversalmente entre os receptores. O telefone (relacionamento um-um) autoriza uma comunicação recíproca, mas não permite visão global do que se passa no conjunto da rede nem a construção de um contexto comum. No ciberespaço, em troca, cada um é potencialmente emissor e receptor num espaço qualitativamente diferenciado, não fixo, disposto pelos participantes, explorável. Aqui, não é principalmente por seu nome, sua posição geográfica ou social que as pessoas se encontram, mas segundo centros de interesses, numa paisagem comum do sentido ou do saber. (LÉVY, 1996:113).

Devido ao seu caráter mais democrático, a internet abre mais espaços para construções colaborativas dentro dos meios de comunicação. Desse modo, a internet é uma ferramenta para produzir transformações nos discursos simbólicos, tornando possíveis re-estruturações de performances antes marginalizadas. A internet possibilita o contato com outras práticas de consumo relacionadas ao corpo e cabelo, bem como abre espaços para debates e aprendizados. Esse é um aspecto recorrente na fala das entrevistadas, como nos casos abaixo:

Eu uso muito a internet, acho que não viveria sem ela (risos). Mas eu tenho, pra pensar no cabelo, tenho um grupo no facebook e no whatsapp para o meu tipo de cabelo. É nele que eu aprendo as coisas... Aprendi umas maneiras de pentear o cabelo e vejo os cremes... Eu to sempre olhando... (Entrevista com Karen, Chapéu Mangueira, agosto de 2016).

Vejo, vejo muitos... não vejo, Vitória? [irmã dela, 9 anos]. Pra relaxamento, pra hidratação, eu vejo (...) Eu sempre procuro botando lá: Hidratação pra cabelos cacheados... pra crespo.. aí eu acho. Aí sempre aparece lá, aparecem muitos... de várias coisas, tem como fazer com café, com gelatina incolor, aí eu vejo (...) Já fiz com café e com gelatina. Eu fiz no dela também... Gostou, Vitória? Eu não sempre penteio seu cabelo com creme seda?... Ele fica bonitão. (Melissa, 17 anos, Babilônia, março de 2017).

Assisto muitos vídeos no youtube, vejo sobre hidratação pra cachos e como tratar os cachos, pentear e tal. E eu queria muito pintar meu cabelo, então dei uma procurada. Não pinto porque tenho medo de fazer uma cagada. (Priscila, 13 anos, Chapéu Mangueira, maio de 2017).

Minha mãe que escolhe os produtos que uso, mas às vezes pesquiso na internet e peço pra ela comprar, sempre falo com ela dos produtos da Novex, porque eu gosto muito e eles vêm num pote grande... (Laura, 13 anos, Babilônia, abril de 2017).

Em todos esses depoimentos, percebemos a centralidade da internet para buscar informações sobre seus cabelos. Percebemos que a internet também fornece elementos de consumo para esse público, pois é através dela que eles descobrem



seus produtos. Desse modo percebemos que o meio virtual não é imaginário, produzindo efeitos fora dele, como defende Pierre Lévy (1996). Todas as entrevistadas apontaram algum tipo de relação com a internet, mesmo que não pratiquem de fato o que aprendem lá. Como sugerem os depoimentos:

A internet ajuda, mas eu tenho preguiça de fazer aqueles processos todos... (Renata, 24 anos, Leme, abril de 2017).

As vezes que eu paro pra ver as misturas que o povo na internet faz que, tipo põe gelatina incolor mistura com creme, faz a mistura ali, mas eu nunca tentei fazer em casa... (Tatiane, 18 anos, Leme, maio de 2017).

Pensamos, ainda, a relação desse contexto com os meios de comunicação, pois a cultura de mídia também é um fator a ser considerado. Os padrões estéticos e de consumo são reproduzidos pelas mídias através de seu discurso simbólico. Entretanto, percebemos que essas configurações estão atualmente em disputa dentro desses próprios ambientes. A internet abre portas para novas relações dos sujeitos com seus corpos. Mesmo que essa reconfiguração dos padrões que incidem sobre os cabelos não acabe com normatizações sobre a beleza, acreditamos que eles são de extrema importância e representam uma forma de resistência. Corpos e cabelos que antes não eram valorizados agora podem reconhecer sua beleza causando forte impacto nas relações sociais.

### *2.3.2 Papel do mercado*

Estamos defendendo aqui que há uma disputa pela mudança de paradigma em relação aos cabelos cacheados e crespos. Na qual muitas meninas e mulheres assumem e ressignificam os volumes de seus cabelos, fato que antes parecia muito distante. Como já ressaltamos, esse movimento ainda encontra barreiras, mas já conquista avanços. Mulheres que antes não gostavam de seus cabelos começam a percebê-los de outras maneiras, melhorando sua auto-estima e dando alguns passos contra o racismo existente em nossa sociedade.

O consumo gera uma indústria capilar muito forte. Na escala mundial, o Brasil já chegou a ocupar o segundo lugar de consumo de produtos voltados para a área da beleza. Atualmente, segundo dados da Indústria Brasileira de Higiene Pessoal,

Perfumaria e Cosméticos (ABIHPEC, 2016), o Brasil ocupa a quarta colocação mundial (ver figura 9).

Ainda segundo a ABIHPEC (2016), nos últimos dez anos esse tipo de indústria teve um significativo crescimento, fechando o ano de 2016 com o crescimento de 4,8%, mesmo com a crise financeira que o país atravessa. Nesse documento, a indústria de itens de beleza brasileira é indicada como o segundo setor industrial que mais investe em inovação e o primeiro quando o assunto é publicidade.

**Figura 9: Top 10 consumidores Mundiais.**



Fonte: ABIHPEC.

Existem diversas formas de cuidados, tratamentos e manipulações para os cabelos. Pensando nas novas exigências dos consumidores de cabelos crespos e cacheados o mercado rapidamente adaptou-se às novas tendências. Esse aumento também deve-se ao fato do consumo no país ser muito forte e essa abordagem tornar as empresas mais competitivas nesse cenário.

Não somos ingênuos em pensar que as indústrias de cosméticos massificados concedem esses avanços apenas porque entendem de fato as reivindicações de seus clientes. O mercado precisa que as necessidades de seus

consumidores sejam insaciáveis, para que busquem satisfazê-las através do consumo (SLATER, 2002). Entra-se num ciclo de consumo constante que sustenta os mercados.

Nesse sentido, Bauman (2007) observa que uma das grandes promessas da sociedade de consumo é satisfazer os desejos humanos. Mas só prospera quando perpetua a insatisfação:

A sociedade de consumo tem como base de suas alegações a promessa de satisfazer os desejos humanos em um grau que nenhuma sociedade do passado pôde alcançar, ou mesmo sonhar, mas a promessa de satisfação só permanece sedutora enquanto o desejo continua *insatisfeito*; mais importante ainda, quando o cliente não está "*plenamente satisfeito*" [...] A sociedade de consumo prospera enquanto consegue tornar *perpétua a não-satisfação* de seus membros (e assim, em seus próprios termos, a infelicidade deles) [...]: satisfazendo cada necessidade/desejo/vontade de tal maneira que eles só podem dar origem a necessidades/desejos/vontades ainda mais novos. (BAUMAN, 2007:63-64).

Acredito que é um pouco maniqueísta reduzir essa mudança em relação aos produtos de cabelos à simples insatisfação de desejos dos sujeitos. Como estamos defendendo, esse parece ser um importante movimento de resistência anti-racista dentro da própria cultura da mídia e do consumo. Mas as colocações de Bauman (2007) ajudam a pensar as intenções da indústria da beleza.

De fato, é característica dos mercados sempre expandirem-se e reinventarem-se, pois buscam alcançar as massas. Kellner (2001), ao pensar sobre os legados da escola de Frankfurt, afirma que:

A diferença vende. O capitalismo deve estar constantemente multiplicando mercados, estilos, novidades e produtos para continuar absorvendo os consumidores para as suas práticas e estilos de vida. A mera valorização da "diferença" como marca de contestação pode simplesmente ajudar a vender novos estilos e produtos se a diferença em questão e seus efeitos não forem suficientemente aniquiladas. (KELLNER, 2001, p. 61).

Concordarmos com essas afirmativas e observarmos que esse parece ser o caso atual. Entretanto, o próprio autor (KELLNER, 2001) salienta que o mérito dessa colocação está em traçar claramente as linhas de dominação, mas que também é preciso pensar as formas de resistência e contestação. Desse modo, queremos aqui destacar o papel que os indivíduos assumem dentro dessa luta cultural. Defendemos que há resistência quando grupos de pessoas historicamente excluídos começam a ditar suas próprias diretrizes.

Acreditamos, portanto, que esse processo é ambíguo. É tanto resultado de lutas de movimentos que buscam combater o racismo e valorizar os traços negros, como uma apropriação da indústria de beleza. Esse processo que busca uma maior representatividade em produtos de consumo é um mecanismo de instrumentalização e legitimação de importantes táticas dentro da luta política.

Atualmente, diversas marcas de cosméticos buscam diálogo com seus consumidores e fornecem produtos para vários tipos de cabelos. Antes, o acesso a itens que cuidassem de cabelos crespos e cacheados era escasso. Esse fato causa uma transformação nas maneiras como as consumidoras pensam e tratam seus cabelos.

Suas vozes estão sendo ouvidas, pois antes o papel da indústria da beleza era exclusivamente "adequar os cabelos das mulheres aos padrões estéticos vigentes o que, no caso do Brasil, significa *discipliná-los*" (QUINTÃO, 2013:21). Agora muitas marcas buscam uma nova linha de produtos para cabelos crespos e cacheados, valorizando-os. As poucas linhas antigas foram reformuladas e buscam tornarem-se mais atrativas, respeitando substâncias não liberadas para técnicas de cuidados e incluindo elementos em alta (como óleo de coco, por exemplo). Muitos depoimentos refletem o consumo desses produtos:

Olha, eu uso muito os da Lola cosméticos, eu já usei outros, mas eu gosto do jeito que meus cabelos ficam com ele. (Karen, 23 anos, Chapéu Mangueira, agosto de 2016).

Agora eu to usando esses novos da Salon Line... Bomba, essas coisas assim... Mas eu só uso mesmo o de pentear, porque eu sempre costumo misturar, não usar sempre a mesma coisa, porque o cabelo não gosta, eu acho que meu cabelo não gosta... Condicionador e shampoo da Natura e o creme de pentear da Salon Line, ai no próximo mês eu mudo, uso creme do Beleza e outro shampoo e condicionador de outra marca... (Renata, 24 anos, Leme, abril de 2017).

Ah também uso um gel, que é da Salon Line, que eu só uso Salon Line agora... que é um verde... Tem um que tem na farmácia, que falam que é muito bom, que tem uma moça com cabelo enorme assim na frente, muito lindo... um tubo assim... muito caro, mesmo, eu ia comprar mas falei: não, mãe, vamos comprar o da Salon Line que tá baratinho...ele é muito cheiroso... (Marcia, 16 anos, Babilônia, janeiro de 2017).

Uso creme de pentear Salon Line , ou o novo Seda. E uso gel, nunca usei ativador nem nada assim mais complicado... (Yara, 15 anos, Babilônia, maio de 2017).

Para pentear, uso o creme Salon Line e pra hidratação da Lola, conheci pela internet e pelas amigas cacheadas que já usaram antes de mim. (Natália, 17 anos, Leme, março de 2017).

Uso Salon Line, é assim que fala, né? Salon Line... Minhas amigas que me falaram que era muito bom, eu vi no facebook também e resolvi comprar um kit pra ver qual é. Mas também uso os da Novex e gosto muito. (Priscila, 13 anos, Chapéu Mangueira, maio de 2017).

Uso Salon Line e Niely Gold principalmente, eu vi ela falando nos vídeos e aí fui comprar, mas também porque tava num preço bom. (Gilda, 16 anos, Babilônia, maio de 2017).

Mas todo mês eu compro outro diferente, [Niely] Gold, Salon line... Eu escolho vendo o que tá escrito no pote de creme.. Aí eu gasto muito, muito mesmo com ele, sempre comprando os cremes... (Mariana, 13 anos, Chapéu Mangueira, maio de 2017).

Só que também eu só não uso os cremes do Beleza [Natural]... não, quase... quando acaba os cremes do Beleza eu não uso, porque eu não acho que os cremes do Beleza tá dando resultado. Aí eu procuro comprar os cremes da Salo Line, ou um outro que eu uso bastante agora, to gostando do resultado. [...]Olha, da Salon Line eu uso um que eu não lembro o nome, minha mãe que compra, mas ela compra sempre o mesmo. Agora que ela comprou esse que é até mais caro. Da Salon Line paga 16 reais, 17. Esse ela já pagou 23, quase 25 reais, tava... 23 e pouco. (Tatiane, 18 anos, Leme, maio de 2017).

Podemos observar que muitas entrevistadas fazem usos das mesmas marcas. A que mais aparece é a "Salon Line", uma empresa antiga no mercado, mas que reformulou suas linhas para acompanharem as transformações. Nesse mesmo caminho, seguiram as marcas "Niely Gold", "Seda" e "Novex". Há ainda a "Lola", uma marca recente que sempre apostou em públicos diversificados.

Há menos de uma década atrás seria impensável uma linha de produtos voltada exclusivamente para cabelos crespos e cacheados. Quintão (2013:119) afirma que esse processo "representaria uma redução do volume de vendas de tais produtos, já que menos mulheres se identificariam com eles".

Mesmo salões especializados em cabelos cacheados e crespos como propunha ser o "Beleza Natural" contribuem para o silenciamento da raça. Segundo Cruz (2013), esse discurso estava em consonância com a identidade nacional e é um fator que possibilitava o sucesso do salão. Esse salão ainda é utilizado por uma informante, mas segundo os relatos era a principal alternativa das nossas entrevistadas merecendo uma breve conceitualização.

O primeiro salão da rede foi aberto em 1993 no Rio de Janeiro. Desde então, já são 12 salões de beleza espalhados entre três estados. As 12 unidades da rede atendem aproximadamente a 80 mil clientes por mês. Em entrevista a uma publicação voltada para economia, a responsável pelo setor de propagandas da

empresa atribui o sucesso da mesma ao processo de “ascensão das classes C e D”<sup>50</sup> (VALOR SETORIAL, 2011:14).

Seu principal produto é o "Super Relaxante", que a empresa categoriza como um “tratamento”. Sua fórmula não é divulgada e é feito por fabricação própria. Segundo o salão, é ideal o uso mensal desse produto, associado ao kit de cremes também de fabricação própria do salão. O resultado do procedimento é um efeito de cachos “comportados”, com pouco volume. O slogan da empresa é "Bonito é ser você", mas há uma contradição, pois há o uso de química através do super-relaxante. O belo estaria associado aos cabelos “disciplinados”, por um processo químico que exige manutenção constante (Quintão, 2013).

Atualmente, todas essas empresas citadas nos depoimentos possuem uma linha de produtos exclusiva para as cacheadas e algumas incluem produtos para cabelos crespos também. Nota-se então uma importante mudança dentro da luta contra o racismo no Brasil. De forma geral, os nomes das novas linhas fazem referência aos cachos especificadamente. As linhas denominam-se "Tô de Cacho" (Salon Line); "Meus Cachos" (Novex/Embelezze); "Diva de Cachos" (Niely Gold); "Seda Boom" (Seda) e "Meu cacho minha vida" (Lola).

Essas nomenclaturas mostram que há claramente uma preferência pelos cabelos cacheados dentro da indústria da beleza. É especificadamente esse tipo de cabelo que é vendido e estimula-se o consumo. Mostrando que ainda há racismo em seus discursos.

Entretanto, mesmo consumidoras de cabelos crespos fazem usos desses produtos e identificam-se com eles em alguma medida. Dentro dessas linhas, existem alguns produtos específicos que fazem referência explícita aos cabelos crespos e/ou *blacks* através de seus nomes ou imagens como é o caso dos produtos "Crespíssimo" (Salon Line); "Santo Black Poderoso" (Novex/ Embelleze) e "Meu Cacho minha vida" (Lola). (Ver figuras 10, 11 e 12).

---

<sup>50</sup> Não é possível afirmar se a maioria das entrevistadas enquadram-se também nessas zonas de consumidores, visto que não foi perguntado sobre sua renda durante as entrevistas. Entretanto, pontuamos que há uma visão moralizante sobre o consumo das classes trabalhadoras. O pragmatismo acerca dessas classes entende que o consumo é orientado pela necessidade e sobrevivência. O gasto que foge disso é considerado supérfluo e, conseqüentemente, irracional. Assim, essas camadas pobres são associadas a “necessidades básicas”, “privações”, “escassez” e “luta pela sobrevivência”. Esse não é o viés desse trabalho, pois, sem negar as desigualdades econômicas, procuramos evidenciar uma perspectiva mais complexa sobre o consumo.

Figura 10: Dois produtos da linha "Tô de Cacho"/"Crespíssimo".



Fonte: Site Salon Line.

Figura 11: Embalagem do creme "Santo Black Poderoso".



Fonte: Site embelleze.

Figura 12: Divulgação da linha "Meu cacho, minha vida".



Fonte: Site da Lola.

No creme "Crespíssimo", essa referência fica clara devido ao nome e na indicação que o produto é ideal para cabelos tipo 4 (Ver figura 10). Já nos dois outros itens analisados, percebe-se alusão aos cabelos crespos a partir de uma associação com o cabelo "black" que nomina o produto da Novex e ilustra a imagem do creme da Lola.

A Salon Line é a marca mais usada pelas entrevistadas. No site da linha "Tô de cacho" e também nas embalagens dos produtos (Figuras 10, 13 e 14), observamos que a marca aderiu ao sistema de classificação Andre Walker. Nesse sentido, as propagandas e embalagens possuem uma tabela para verificarem seu tipo de cabelo (indo dos cabelos ondulados tipo 2 até os crespos tipo 4). (Figura 14).



Figura 13: Embalagens de alguns produtos salon line.



Fonte: <http://lanoca.com.br/blog>

Figura 14: Tabela na embalagem do produto.



Fonte: <http://www.euacreditoemcosmeticos.com/2016/03/>

Verificamos ainda que há uma preocupação em encaixar os produtos dentro de técnicas de cuidados capilares, como "No Poo" e "Low Poo", indicando em suas

embalagens que os produtos são liberados para essas técnicas (ver figura 10). A marca incentiva o uso de cabelos "assumidos", valoriza-se, portanto, uma espécie de "identidade cacheada". No site da empresa, podemos encontrar o seguinte texto:

Cabelos cacheados, crespos e ondulados: entenda e saiba como cuidar!  
Durante muitos anos, por falta de informação e, também, por falta de opções de cuidados, os cabelos ondulados, cacheados, crespos e crespíssimos foram alisados com os mais diversos tipos de procedimentos químicos: escova progressiva, marroquina, japonesa e outras. Mas, a beleza dos cabelos cacheados foi redescoberta e voltou com tudo!  
Nunca os cabelos com cachos ou crespos receberam tantos cuidados para sua manutenção, nem o volume dos fios foi tão valorizado como nos últimos tempos. Isso é uma revolução! E a Salon Line tem o prazer de fazer parte dessa história, que também é sua história!<sup>51</sup>

A empresa aponta que está havendo uma "revolução" em relação ao uso dos volumes dos cabelos. Em seu anúncio, procura alinhar sua marca com uma valorização desse tipo de cabelo, formando assim um incentivo ao que chamamos aqui de "identidade cacheada".

Essa identidade está baseada em discursos dos movimentos sociais negros que buscam valorizar fenotípicos na construção de performances. Procura-se promover, através das estéticas, uma identidade negra positivada, em contraponto com os discursos racistas. Defendemos aqui que as empresas apropriam-se desse discurso e o amortecem em uma "identidade cacheada"<sup>52</sup>.

Ainda segundo seu site, a Salon Line é uma empresa nacional presente no mercado há 20 anos, com um portfólio composto por mais de 406 produtos. Essa empresa lançou sua linha de produtos para cabelos cacheados há pouco tempo, menos de três anos.

Sempre atenta às necessidades das consumidoras, Salon Line investiu seus esforços nos últimos anos e lançou uma marca de cosméticos totalmente voltada para cabelos crespos e cacheados, a #todecacho. Os produtos foram criados para cada grau de curvatura dos fios e conta com comunicação despojada, atraindo mulheres autênticas que desejam manter seus cabelos naturais e saudáveis.<sup>53</sup>

Percebemos que o movimento de usar os cabelos sem químicas surge em diversos meios, principalmente em grupos de discussão em redes sociais, e então é

---

<sup>51</sup> Retirado do site <http://todecacho.com.br/>. Acessado em 25/06/2017.

<sup>52</sup> As informantes dessa pesquisa também parecem corroborar essa ideia, conforme veremos no próximo capítulo.

<sup>53</sup> Retirado do site <http://salonline.com.br/sobre-nos/>. Acessado em 25/06/2017.

assimilado pelo mercado. A Salon Line vende a imagem de uma marca que preza pela identidade de suas clientes e o seu aspecto mercadológico fica em segundo plano.

Essa identidade é associada aos cabelos. Notamos que a linha estratégica da empresa em alguns momentos prioriza os cachos (quando coloca essa nomenclatura em sua linha de produtos), mas não reduz seu alcance apenas a eles. Estratégias também são utilizadas para alcançar o consumo de mulheres crespas (quando cria itens específicos). Em seu discurso oficial, parece abraçar os diferentes tipos de cabelo com curvatura, como podemos ver no trecho acima.

Observamos um grande investimento da marca para alinhar-se à demanda produzida pelas mulheres que estão assumindo seus cabelos sem químicas. Há uma grande apropriação de diversos elementos presentes nesse universo. Inclusive as blogueiras/ youtubers parecem ter surgido antes desses diversos produtos. Voltando aos seus vídeos iniciais, vemos uma dificuldade em conseguir produtos industriais, apelando para produtos caseiros.

A Salon Line também assimila essas influenciadoras digitais em seu currículo. Ela criou um grupo que identifica como "Embaixadores Salon Line". Esse grupo reúne diversos homens e mulheres com canais sobre cabelos cacheados e crespos famosos no youtube. A ideia de terem embaixadores no ambiente virtual é divulgar sua marca através dessas pessoas que serão pagas para isso. Esses vloggers assinam contratos onde apenas podem fazer resenhas, aconselhar e indicar produtos da Salon Line. Das influenciadoras mencionadas nas entrevistas, Gill Vianna e Dayellen Pâmela possuem contrato com a essa marca.

Recentemente, em uma grande jogada, a cantora Ludmilla também entrou para esse grupo. No seu caso, ela irá realizar a transição capilar<sup>54</sup> com o apoio da marca e de outras embaixadoras. Esse processo serve como grande propaganda para marca.

A "Tô de cachos" é uma das linhas mais completas no mercado, com diversos subitens e produtos (Ver figura 15). Ela é bem diversificada dentro da linha para cabelos com curvatura. Associada ao anúncio da transição da cantora Ludmilla, lançou uma linha de produtos voltados para esse processo. E ainda criou uma linha

---

<sup>54</sup> Processo no qual deixa-se de usar químicas e/ ou apliques para assumir seu cabelo.

liberada<sup>55</sup> e vegana, baseada em óleo de coco. Entre outras linhas disponíveis pela empresa.

Entretanto, é bom lembrar que a marca atua em diversos campos, também disponibilizando, por exemplo, relaxantes, escovas e tinturas. Esses, inclusive, foram seus primeiros campos de atuação. Contudo, a Salon Line parece ser a empresa que mais investiu e comprou a ideia das mulheres que estão assumindo seus cabelos através de uma "identidade cacheada". E parece ter o retorno disso, pois é a empresa mais citada nas entrevistas.

**Figura 15: Montagem com algumas das principais linhas da empresa Salon Line.**



Fonte: Site Salon Line.

A marca Novex, citada por uma informante, é um segmento da empresa Embelezze. Essa empresa é brasileira, existe há 47 anos e atinge mais de 60

<sup>55</sup> Liberada para as técnicas que não usam sulfato, silicones e petrolatos, conhecidas como "Low" e "No Poo".

milhões de mulheres brasileiras<sup>56</sup>. Possui mais de 500 produtos de beleza em seu portfólio. A empresa atua em diversos segmentos e não apenas com os cremes voltados para cabelos cacheados.

A Novex é a marca de Tratamento Profissional da empresa. Dentro desse contexto, a Embelleze desenvolveu a família de tratamento "Meus Cachos". Segundo propaganda no site da empresa:

**Cabelos cacheados são lindos, são especiais e são poderosos.**  
Toda cacheada sabe o **poder que os cachos têm**, mas também o quanto eles precisam de cuidados. Por isso, a Embelleze desenvolveu a **Família Meus Cachos**. Uma **família de tratamento completa**, especialmente criada para você sair **arrasando** por aí com os seus **cachos lindos, livres, leves e soltos!**<sup>57</sup>

Através dessa propaganda, podemos notar alguns valores da empresa. Ela valoriza especificamente os cabelos com cachos, não fazendo menção à outros tipos de curvatura, como os crespos. Sugere que não é necessário utilizar de químicas para que seus cachos sejam poderosos e lindos, apenas o uso dos cremes seria suficiente. Mas não deixa de destacar que cuidados são necessários.

Analisando a figura 16, podemos perceber que os cremes vendidos pela Novex englobam diversas etapas dos rituais de cuidados capilares, como tratamento e finalização. Há também uma certa preocupação em identificar seus produtos como liberados para a técnica de "Low" e "No Poo". Existe ainda promessa de "volume perfeito" em um creme de pentear. Mas essa linha engloba menos produtos do que a marca analisada anteriormente e ainda não possui embaixadores de seus produtos em redes sociais.

---

<sup>56</sup> Retirado do site <http://www.embelleze.com>. Acessado em 25/06/2017.

<sup>57</sup> *Idem*. Grifos do site.

Figura 16: Diferentes produtos da linha meus cachos da Novex/ Embelezze.



Fonte: Site Embelezze.

A Niely Gold surgiu em 1981 como uma empresa brasileira de cosméticos, mas em 2014 foi comprada pela multinacional L'oréal, uma das maiores líderes mundiais no setor de cosméticos<sup>58</sup>. Possui uma linha de produtos denominada "Niely Gold Permanente Afro" (ver figura 17), que já existe há mais de quinze anos e era um dos carros chefes da empresa (Quintão, 2013). Essa linha de produtos foca em itens para o relaxamento, permanente e alisamento de cabelos crespos e ainda está disponível no mercado. Podemos perceber que as embalagens estampam modelos apenas de cabelo cacheado e de pele clara, dialogando com os padrões de beleza dominantes.

Entretanto, recentemente a Niely está reformulando seus produtos através do slogan "Fique Diva" e lançando diversos produtos nesse cenário. Em relação aos cabelos cacheados e crespos, foi lançado o "Diva de Cachos" (Figura 18). Segundo

<sup>58</sup> Informações retiradas do site: <http://www.loreal.com.br/marcas/produtos-de-grande-p%C3%BAblico/niely-cosm%C3%A9ticos>. Acessado em 25/06/2017.

o site da empresa: “A linha Diva de Cachos foi especialmente pensada para todas nossas divas cacheadas”.<sup>59</sup>

**Figura 17: Linha "Niely Gold Permanente Afro".**



Fonte: Site Niely Gold.

Mais uma vez nota-se que o direcionamento da publicidade é para cabelos cacheados, deixando de lado todo os outros cabelos com curvaturas do tipo crespo. O lançamento dessa linha é realmente muito recente, tendo acontecido esse ano. Mas, como já mostramos, a empresa já era conhecida por outras linhas de produtos.

**Figura 18: Linha "Diva de Cachos".**



Fonte: Instagram fique diva com niely.

<sup>59</sup> *Idem.*

Essa nova linha mostra em suas embalagens apenas caricaturas de uma mulher com cachos. Seus produtos prometem cachos "turbinados" e enfatizam o uso de óleo de coco (item muito divulgado na internet pelos benefícios com o cabelo). Segundo o instagram da empresa, os produtos foram pensados juntamente com seu "supertime de divas cacheadas". Ou seja, são co-criações da marca com as influenciadoras digitais que fecharam contratos para divulgação de seus itens, uma dessas blogueiras é a Nina Gabriella que foi citada nas entrevistas.

Outra empresa citada que coloca seus produtos como co-criações com suas embaixadoras é a Seda. Seus produtos para cabelos cacheados já são famosos no mercado brasileiro através da linha "Seda Cachos comportados e definidos" (figura 19) e co-criação com a cabeleireira norte-americana Ouidad.<sup>60</sup> Essa linha parece estar inserida dentro de uma ideia de cachos disciplinados que perpetuava em nossa estética. Com a nova demanda de produtos que valorizem os cachos a seda redefiniu essa linha apenas para "Cachos definidos" (figura 19). Atualmente, no site da empresa, há a seguinte publicidade em relação à essa linha: "Nada traz mais confiança do que cachos bem definidos, cheios de volume e balanço".<sup>61</sup>

Há também a linha Keraforce (Figura 20) indicada para cabelos crespos, a mensagem do site sobre essa linha afirma: "Cabelos crespos e volumosos são lindos - está na hora de você exibir o seu"<sup>62</sup>". Essa também faz parte das co-criações seda, mas dessa vez com o cabelereiro Mauro Freire. Essa linha possui itens tanto o para cabelos "originais" quanto para os com químicas. Entretanto, antes prometiam a diminuição do volume e atualmente vão pelo caminho oposto. No site da empresa não é mais oferecido o seda Keraforce química.

A marca Seda é administrada pela Divisão de Higiene e Beleza da Unilever Brasil, vertente brasileira de uma grande multinacional. Em seu site a empresa diz ser voltada para todos os tipos de cabelos e trabalhar em parcerias com profissionais renomados para chegar as co-criações.

---

<sup>60</sup> Cabeleireira libanesa radicada em Nova York. Especializada em fios ondulados e cacheados, dedicando-se apenas à esses tipos de cabelos.

Fonte: <http://www.encaracoladas.com.br/2010/03/ouidad-historia.html>. Acessado em 22/07/2017.

<sup>61</sup> Retirado do site: <https://www.seda.com.br/hair-needs/cabelos-cacheados.html> acessado em 25/06/2017.

<sup>62</sup> Retirado do site: <https://www.seda.com.br/hair-needs/cabelos-cacheados.html> acessado em 25/06/2017.



**Figura 19: Embalagens da seda "cachos comportados e definidos" x "Cachos definidos".**



Fonte: [www.eusoucrespa.com.br/](http://www.eusoucrespa.com.br/) site da seda.

**Figura 20: Embalagens atual e de 2015 da linha Keraforce.**



Fonte: Site seda/ <http://rainhadodolar.blogspot.com.br>.

Atualmente, a seda também possui um time de embaixadoras de seus produtos, algumas são exclusivas da marca e outras transitam por todos os produtos da Unilever. Duas delas foram citadas nas entrevistas: Maju Silva e Rayza Nicácio.

Recentemente, a marca lançou a linha Seda Boom para cremes de pentear (ver figura 21) ,em co-criação com essas blogueiras e outras embaixadoras. Foram lançados o seda "Boom Definição", "Boom Volumão" e "Boom Transição". Segundo a publicidade, são indicados para cabelos crespos e cacheados. Nota-se que não é uma linha completa, mas apenas cremes de pentear para finalização.

**Figura 21: Imagem promocional dos cremes Seda Boom.**



Fonte: <http://www.manualdoscachos.com>.

Nas propagandas, são destacados a inspiração nas blogueiras e os benefícios de suas fórmulas. Além disso, notamos que são sugeridos manuais de finalização (figura 22) e um "cachômetro" para cada creme. Ou seja, o sistema de Andre Walker é utilizado para demonstrar que curvaturas dos cabelos combinam com os cremes. Para definição, são indicadas curvaturas do tipo 2 e 3 (ondulados e cacheados), para transição os tipos sugeridos são a partir do 2C até os de tipo 4 (última curvatura do tipo ondulado, todos os cacheados e todos os crespos), e para volume as curvaturas dos cabelos são cacheados e crespos (tipos 3 e 4).

Como podemos observar, a marca Seda passou por grandes mudanças nos últimos tempos. Aderindo ao movimento de respeitar os volumes dos cabelos

cacheados, o que antes parecia impossível. Essas transformações são conquistas de movimentos que clamaram por padrões de beleza que incluam mulheres negras e seus cabelos. Inclusive, percebemos nos manuais que as modelos escolhidas têm fenótipos mais próximos da diversidade existente em nosso país, mas mulheres de traços negróides mais fortes ainda não são representadas.

Figura 22: Montagem manuais para cada Seda Boom.



Fonte: <http://www.manualdoscachos.com>.

A Lola Cosmetics é uma empresa bastante identificada com uma imagem jovial. Essa marca se auto-intitula vegana e, com isso, a maioria de seus produtos pode ser considerado liberado para técnicas de cuidado. A Lola busca uma identificação com seus consumidores, conforme o texto retirado do site<sup>63</sup>:

A Lola surgiu a partir de uma escolha: ser feliz! Levar a vida com bom humor, ainda que nada pareça dar certo. Nem mesmo o seu cabelo! Nós fazemos a nossa parte levando até você sensações e cuidados especiais,

<sup>63</sup> Informações retiradas do site: <http://www.lolacosmetics.com.br/a-lola/>. Acessado em 25/06/2017.

cores vibrantes, texto motivadores e bem humorados, provocando um sentimento único e inovador.

Seu crescimento deve-se muito ao uso intenso das redes sociais e à identificação que procura ter com suas consumidoras, chamando-as de "Loletes". Seus discursos utilizam gírias e termos como "empoderamento" (figura 23) para criar uma conexão com suas consumidoras.

Diversos produtos da marca são usados por crespas e cacheadas. Mas o site da marca indica alguns como especialmente voltados para esse público: Linha Creoula, Linha Curly Wurly, Linha Meu Cacho Minha Vida, Creme de multifuncional Milagre Diet e O Umidificador que sabia demais (figuras 24, 25, 26 e 27).

Os textos publicitários que acompanham os produtos são bem interessantes. Para a Linha Meu Cacho Minha Vida (figura 23), fica clara uma referência ao programa popular do Governo Federal "Minha Casa, Minha Vida", pois essa linha também é pensada para ser popular.

**Figura 23: Publicidade da linha Meu cacho Minha vida.**

#CriseTáTendo  
#EmpatiaTambém  
#LoLaEmpoderadaNaCrise

ATIVOS CERTIFICADOS ORGÂNICOS? TEMOS.

ÓLEO MARRA DE PATAUDA? TÁ TENDO.

NOSSAS LOLETES CURLIES VÃO AMAR.

CABELOS MAIS MACIOS E HIDRATADOS? SEMPRE.

E TAMBÉM MAIS BRILHOSOS? CLARO.

OBRIGADA, DE NADA.

Miga, chega de chororô! Tá tendo crise sim, mas tá tendo aquela velha zuêira também porque ninguém é de Ferro, né? É como somos empáticas, empoderadas and sacadoras dos paranauês de crise. Fizemos um produto bem bapão para você ostentar neste momento difícil difícilimo.

meu cacho  
MINHA VIDA

#VocêPediuaLoLaftendeu

Fonte: site da Lola Cosmetics.

Para o multifuncional Milagre Diet, há uma sugestão para seu uso durante a transição, e uma clara referência anti-alisamento de cabelos. Argumenta a favor do uso de cachos, mas ainda percebe o frizz como inimigo e o volume é prometido "na medida". Conforme texto abaixo:

O creme perfeito para quem está em transição e ainda não decidiu se vai para o grande momento:

O que é: As alisadas que nos desculpem, mas cachos são fundamentais! Se jogue com tudo e vá ser feliz, que da transição, Milagre Diet dá conta! Gerenciamento dos cabelos crespos e cacheados que ainda possuem as duas texturas (natural e relaxamento) e que são muito difíceis de conciliar. Elimina o frizz, inimigo número 1 de nossos cabelos, dá volume na medida, modela os cachos de maneira suave e sem deixar resíduos. Pode ser usado como modelador ou creme de pentear. Com óleo de coco e girassol. Manteiga de karité e extrato de chá verde<sup>64</sup>.

O Umidificador é indicado para cachos que busquem alongamento. Conforme descrição do site: "Feito especialmente para as Loletes que desejam alongamento e suavidade dos cabelos crespos e cacheados, sem que os fios fiquem banhados em óleo mineral ou parafinas sintéticas." Mostrando também a preocupação em não usar substâncias proibidas para as técnicas.

Diversos itens da linha Creoula prometem "Cachos perfeitos". Quanto ao Curly Wurly, a descrição é clara: "Abaixo a ditadura dos lisos!", fazendo coro às reivindicações de muitas mulheres, o que, há apenas alguns anos, parecia impossível.

**Figura 24: Embalagem do creme Milagre Diet!**



Fonte: site da Lola Cosmetics.

<sup>64</sup> Informações retiradas do site: <http://www.lolacosmetics.com.br/a-lola/>. Acessado em 25/06/2017.

Figura 25: Embalagem do O Umidificador que sabia demais.



Fonte: site da Lola Cosmetics.

Figura 26: Embalagem da linha Creoula.



Fonte: site da Lola Cosmetics.

**Figura 27: embalagens da linha Curly Wurly.**



Fonte: site da Lola Cosmetics.

Por tudo isso, concluímos que a mídia e a publicidade estimulam o consumo e reinventam-se para alcançarem os desejos das consumidoras. Esse movimento ocorre na busca de maiores lucros, mas promove uma certa identificação com suas clientes. Um recurso utilizado para essa identificação é muito bem utilizado pela Salon Line, Seda e Niely Gold: captar embaixadoras que já tenham entrada com o público alvo. A Lola também busca uma aproximação, mas através apenas de seu discurso. Todas parecem ter conseguido seus objetivos e terem grande entrada no mercado nacional. Mas a Salon Line chama a atenção pela forte presença nos discursos e na quantidade de produtos específicos para cabelos crespos e cacheados oferecidos.

Os discursos e as embalagens das marcas mostram claramente que o padrão mais vendido ainda é o de cabelos cacheados, colocando os crespos em segundo plano. Niely Gold e Novex nem fazem referências aos cabelos crespos em seus discursos, englobando-os dentro dos produtos disponíveis para cachos e assim silenciando-os. Lola, Seda e Salon Line já delegam algum espaço para os cabelos crespos em seus produtos e discursos, mas o carro chefe também é em relação aos cachos.

Podemos pensar em uma "identidade cacheada" vendida pelas empresas (destacando-se a Salon Line), que está perfeitamente alinhada com os novos

discursos e usos sobre os cabelos anelados. As empresas apropriam-se dos debates em torno de identidade e com isso ajudam também a disseminar essa ideia.

O mercado, mesmo que em benefício próprio, não fica fora desse movimento, embora ainda mantendo padrões e não abandonando o racismo. Não é o ambiente perfeito (pra usar o termo que as empresas gostam), mas que já gera debate dentro da sociedade. Pelos atuais discursos das empresas, percebe-se que antes havia um forte apagamento dos discursos identitários, pois considerava-se que eles não vendiam (QUINTÃO, 2013). Com a pluralidade de vozes ganhando espaço na sociedade, inicia-se a necessidade dessas empresas dialogarem com esses movimentos. Defendemos que um desses aspectos vai culminar nesses discursos que valorizam as *identidades cacheadas*, mas ainda silenciam uma possível *identidade crespa*.

O volume ganha um destaque maior nos produtos das empresas, pois, segundo nossos depoimentos, é justamente o que tem sido mais desejado pelas consumidoras. Mas o discurso da disciplina ainda não foi totalmente abandonado, ainda promete-se controlar os Frizz em muitos produtos. E mesmo o volume ainda é visto como se existisse uma medida certa.

Entretanto, propagandas e embalagens de produtos das diferentes marcas analisadas possibilitam uma compreensão de como os padrões de beleza podem ter sofrido alterações, quando pensamos em cabelos anelados, mas não deixam de existir enquanto modelos. O mercado ainda incentiva o volume "perfeito", que é necessário um "milagre", eliminar o frizz, ter um produto que "desmaia" seu cabelo, que torne seu crespo "poderoso", "santo", "divino" etc. Essas características não estão livres de simbolismo e ajudam a perpetuar um novo padrão de beleza.

Em uma conversa sobre meu trabalho com uma militante do movimento negro universitário me foi apontado que essa expressão "milagre" que dá nome ao creme da Lola indicava não só a ideia de um padrão estético, mas também um modelo racista. Durante o decorrer dessa pesquisa tive essa reflexão em minha mente. Entretanto, pude verificar que o creme "Milagre" é indicado para vários tipos de cabelo no site da empresa. Apenas o "Milagre Diet" é indicado para tratamento em cabelos anelados, mas ainda assim não é exclusivo para esses tipos de fios.



Portanto, não indicamos essas expressões como claramente racistas porque elas também aparecem em produtos para cabelos lisos. Ter o cabelo "perfeito", "divino" etc parece ser uma imposição estética que atinge diversas mulheres. Mas queremos que salientar que o racismo ainda deixa resquícios, principalmente se notarmos as modelos utilizadas nas publicidades (nenhuma com traços negróides marcantes) e quando pensamos que o cabelo cacheado (um fenótipo negro menos acentuado) é que prevalece nos discursos.

Esses produtos constituem um avanço em relação a um ambiente, mesmo capitalista, que não englobava diferentes fenótipos nem mesmo dentro do consumo. Atualmente, existe uma maior igualdade de consumo que não deixa de dialogar com os padrões de beleza, mas que é muito importante para conferir auto-estima a grupos muito marginalizados e pode sim ser uma ferramenta na luta contra o racismo, pois auxilia no empoderamento de mulheres negras.

Nota-se que esse movimento na direção de assumir os cabelos crespos e cacheados é uma grande transformação numa sociedade racista, como o Brasil onde os fenótipos negros são altamente desvalorizados. Esse é um mecanismo perverso de exclusão e preconceito racial. Entretanto, quando meninas negras começam a assumir seus cabelos, usando suas mediações e táticas, acabam despertando um movimento em prol de sua valorização.

## **CAPÍTULO 3 - TENSÕES DOS CABELOS**

Nesse capítulo, trabalhamos as principais tensões que surgiram no campo. Elas aparecem relacionadas principalmente a questões étnico-raciais e de gênero presentes em nossa sociedade.

Primeiramente, aprofunda-se o debate sobre racismo no Brasil. O trabalho apresenta uma historicidade desse elemento e uma conceitualização do termo. Em um segundo momento, busca-se refletir sobre como o racismo presente no Brasil interfere nas maneiras de utilizar os cabelos crespos e cacheados. Dentro desse contexto, a proposta é refletir sobre o duplo impacto que sofrem as mulheres negras: sexismo e racismo.

Parte-se para uma discussão sobre a configuração das identidades negras femininas no Brasil, apontando a estética como uma ferramenta política de auto-reconhecimento e autenticidade.

### **3.1 Racismo no Brasil**

As expressões das performances crespas e cacheadas passam pelas questões estéticas, pois as maneiras de utilizar esses cabelos estão inseridas nos contextos de disputas por significações em nossa cultura. Esse campo de luta ainda é bastante desigual em relação às diferenças étnico-raciais no Brasil, pois as estéticas negras são desvalorizadas em diversos âmbitos culturais.

Desse modo, é importante refletir sobre algumas ideologias que influenciaram a construção das relações étnico-raciais e marcaram a história do Brasil. A formação brasileira apoiou-se em três grandes ideologias nesse percurso: o racismo científico, o ideal de branqueamento e o mito de democracia racial.

O Brasil foi considerado um grande lugar de estudo de teorias racistas. Schwarcz (1993) afirma que em muitas interpretações o país era percebido como um laboratório racial, principalmente pela mestiçagem presente. Assim, teorias racistas tiveram muito divulgação no território nacional. As teses tinham bases que eram consideradas científicas.

Skidmore (2012) sistematiza essas teorias em três escolas: a primeira biológica, com medições e classificações fisiológicas. A segunda era histórica, que apontava evidências para mostrar uma superioridade branca, tendo em Gobineau seu maior representante. A terceira, conhecida como *darwinismo social*, colocava as raças como essencialmente diferentes e apresentava uma hierarquia de tipos raciais.

Os intelectuais brasileiros adotaram esse racismo científico. Por considerarem que a miscigenação existente em nossa sociedade era um fator de atraso social, a solução encontrada passava por um branqueamento da população. De modo geral, ele consistia em difundir o "sangue branco" enquanto purificador do "sangue negro", alterando gradativamente a demografia da sociedade brasileira. Teorias científicas deram suporte a essas políticas de limpeza racial ou eugenia.

A partir da obra de Gilberto Freyre, a mestiçagem deixa de ser percebida enquanto um problema social, positivando-a em si mesma e não apenas como recurso de branqueamento. O livro *Casa Grande & Senzala*, lançado em 1936, pensa a miscigenação como característica fundamental da identidade nacional e fruto de três matrizes fundadoras: o índio, o negro e o branco. Dando origem à ideia de que existe uma democracia racial brasileira.

Essa visão do Brasil como um país democrático racialmente ainda é muito resistente nas explicações da formação da sociedade brasileira. Entretanto, Roberto DaMatta (1981) problematiza essa ideia, pois chama a atenção para o fato de que a mestiçagem, encarada dessa forma, invisibiliza o racismo e a desigualdade social, pois parte de um determinismo biológico.

Que os três elementos - o branco, o negro e o indígena - tenham sido importantes entre nós é óbvio, constituindo-se sua afirmativa ou descoberta quase uma banalidade empírica. É claro que foram! Mas há uma diferença entre a presença empírica dos elementos e seu uso como recurso ideológico na construção da identidade social, como foi o caso brasileiro. (DAMATTA, 1981: 62).

Para DaMatta (1981), essa perspectiva sobre a sociedade brasileira é um "mito" ou uma "fábula" porque, apesar de ser uma ideologia dominante e abrangente, enxerga a miscigenação como harmônica, apagando as hierarquias e o racismo. Essa visão, portanto, traduz o racismo à brasileira, que não deixa de fato de existir.

Nota-se que as relações étnico-raciais no Brasil passam por um tipo de racismo associado aos fenótipos negros. Oracy Nogueira (2006), ao analisar o preconceito étnico-racial no Brasil, conclui que o fator marca, ou seja, os fenótipos corporais assumem um papel de destaque. Assim, o preconceito desse país é considerado de marca, ao contrário do racismo existente nos Estados Unidos da América, onde o sistema de identificação étnico-racial recorre à origem como critério, classificando genealógicamente os indivíduos.

Nesse ponto, é importante ressaltar que nossa concepção de racismo está de acordo com Hall (2003b), que considera apropriado reconhecer que o referente biológico nunca está ausente nos discursos de etnia, mas que ele opera em conjunto com a discriminação cultural, havendo duas lógicas do racismo. Para esse pensador, o conceito de raça precisa ser discutido porque possui aspectos relacionais, sendo produzido culturalmente. Ou seja, apesar de o racismo possuir manifestações globais, precisa ser compreendido de acordo com as particularidades de cada configuração cultural.

Conceitualmente, a categoria "raça" não é científica. As diferenças atribuíveis a "raça" numa mesma população são tão grandes quanto aquelas encontradas entre populações racialmente definidas. "Raça" é uma construção política e social. É a categoria discursiva em torno da qual se organiza um sistema de poder socioeconômico, de exploração e exclusão — ou seja, o racismo. Contudo, como prática discursiva, o racismo possui uma lógica própria (Hall, 1994). Tenta justificar as diferenças sociais e culturais que legitimam a exclusão racial em termos de distinções genéticas e biológicas, isto é, na natureza. Esse "efeito de naturalização" parece transformar a diferença racial em um "fato" fixo e científico, que não responde a mudança ou a engenharia social reformista. (HALL, 2003b:69).

Desse modo, em uma concepção crítica, a categoria "raça" está incluída em uma classificação discursiva, pois ela é organizadora dos sistemas de representação e práticas sociais que situam-se em torno de diferenças como: cor da pele, características do cabelo, feições do rosto etc. Cabelos com curvaturas são características atribuídas à negritude e assim sofrem racismo e discriminação. Principalmente os cabelos crespos, pois os cacheados transitam entre as classificações étnico-raciais<sup>65</sup>. Além desses tipos de cabelos serem o alvo dessa pesquisa, essa forte relação aparece porque historicamente a composição das pessoas que residem em favelas é, em sua maioria, de negros.

---

<sup>65</sup> Essa questão será aprofundada quando pensarmos o colorismo.

Para Andreelino Campos (2012), a história das favelas confunde-se com a história dos negros no Brasil. E as favelas Chapéu Mangueira e Babilônia também enquadram-se nesse aspecto. No final do século XIX, a cidade do Rio de Janeiro vivia uma crise de moradia e ainda assim não parava de crescer.

Ao pensar as versões de fundação das favelas cariocas (instalações autorizadas nas encostas do morro da favella<sup>66</sup> por egressos da Guerra do Paraguai, da Guerra da Canudos ou moradores de cortiços demolidos), Campos (2012) ressalta o papel dos quilombos. Esses foram espaços de resistência ao governo imperial que representavam a exclusão de uma parcela da sociedade, principalmente de negros escravizados, mas não exclusivamente.

Nessa perspectiva, as favelas são resultados de processos históricos de segregação dos mais pobres. Para Campos (2012), com a abolição, a crise habitacional acentuou-se e os quilombos transmutaram-se em favelas. Em dados recentes, pode-se perceber essa relação apontada por Campos (2012). Segundo o Censo de 2010, o Brasil é composto por 47,7% de brancos e 50,7% de pretos e pardos, entretanto, considerando apenas a população das favelas, essa proporção altera-se fortemente. Nesses espaços, há 68,3% de negros contra 30,5% de brancos.

Percebe-se que, por ter sua maioria de habitantes negros, as favelas são áreas que sofrem diretamente com o discurso racista presente no Brasil. Dentro desse contexto, refletir sobre as performances em torno dos cabelos crespos e cacheados das favelas do Chapéu Mangueira e Babilônia ganha importância. Não apenas pelos significados estéticos, mas pela relação com uma luta anti-racismo.

### **3.2 O lugar do cabelo na sociedade brasileira**

Dentro do debate sobre racismo colocado acima, observa-se que os cabelos crespos e cacheados (fenótipos negróides) funcionam enquanto forte marcador étnico-racial. Por isso, é um importante o debate sobre as ressignificações que esses cabelos estão tomando.

---

<sup>66</sup> Atualmente, Morro da Providência. Levou esse nome pela planta *favella* encontrada na localidade.

O cabelo é um marcante indício de procedência étnica, é um dos principais elementos biotipológicos na construção de pessoa na cultura. O negro quando assume o seu cabelo de negro assume também o seu papel na sociedade como uma pessoa negra. E ser negro no Brasil e no mundo, convenhamos, é ainda um duro caminho trilhado por milhares de afro descendentes. (LODY, 2004:125).

Os lugares simbólicos da ideologia presente no racismo à brasileira são alinhados com valores eurocêntricos e assim destinam as pessoas negras à falta de aceitação, sofrimento e falta de auto-estima. Para Nilma Lino Gomes, há uma resistência negra associada aos cabelos enquanto beleza reconhecida:

Por mais que a escravidão e a diáspora negra tenham obtido sucesso na despersonalização do negro, por mais que a mistura racial tenha mesclado corpos, costumes e tradições e por mais que o contato com o branco tenha disseminado um processo de discriminação intra-racial entre os negros e introduzido uma hierarquização racial que elege o tipo de cabelo e a cor da pele como símbolos de beleza e feiúra, todo esse processo não conseguiu apagar as marcas simbólicas e reais que nos remetem à ascendência africana. O corpo, a manipulação do cabelo são depósitos da memória (GOMES, 2003:82).

Para as mulheres com fenótipos negros é ainda mais complicado lidar com os padrões estéticos, pois eles estão associados ao racismo. Por isso, esse movimento na direção de utilizar os cabelos crespos e cacheados sem químicas relaxantes é uma grande transformação numa sociedade racista, como o Brasil.

Peter Fry (2002), ao estudar o mercado de produtos de beleza destinados a pessoas negras, salienta que há um potencial político na preocupação com a aparência individual. As transformações estéticas podem ser um campo de batalha político e existencial, rivalizando com repertórios hegemônicos, pois são conteúdos fundamentais para comunicação/percepção (GUERREIRO, 2016).

Pensando nessas ressignificações estéticas dos cabelos dentro do contexto do racismo brasileiro, é importante destacar o fenômeno conhecido como colorismo ou pigmentocracia. Essa expressão foi usada de forma pioneira por Alice Walker em 1982, e significa que quanto mais pigmentada a pele de uma pessoa, maior a chance dessa pessoa sofrer exclusão e discriminação. Ou seja, de acordo com os graus diferentes de pigmentação da pele e de fenótipos, é exercida uma escala social de aceitação, na qual, quanto mais próximo do padrão eurocêntrico, mais aprovada é a inserção social da pessoa.

Em um país com um processo histórico como o Brasil, onde houve grande miscigenação, através da colonização europeia e da forte influência da forçada diáspora negra, tornam-se presentes diversas tonalidades de pele. Assim pessoas negras com tez mais clara são aceitas socialmente, pois aproximam-se mais do padrão europeu imposto hegemonicamente. Mas a pele não é o único elemento corporal que dialoga com esse fenômeno:

A questão do cabelo parece constituir uma espécie de índice semiótico da revalorização identitária. [...] É compreensível que o cabelo possa aparecer em qualquer lugar como marca forte da diferença fenotípica entre claros e escuros. Nos Estados Unidos, pedagogos vêm recomendando às escolas a adoção do livro *Nappy Hair* (Cabelo de Lanugem), de Caroline Herron, que descreve as vicissitudes emocionais de uma garota, envergonhada pelos cabelos crespos, até a auto-aceitação. Mas no Brasil este é um aspecto carregado de simbolismo todo especial. Pode-se evocar a fantasia literário-"científica" de Monteiro Lobato, assim como atentar para o que diz uma antropóloga: "É um equívoco colocar a cor como traço principal da raça. A cor da pele não importa tanto quanto o tipo de cabelo, pois o cabelo liso-ondulado e comprido sempre codifica a mulher "escura" como mulata". (SODRÉ, 2006:189).

Através desse trecho, pode-se perceber a centralidade que ocupa o cabelo dentro de uma sociedade racista que tem forte expressão no colorismo. Dentro desse contexto, os critérios de definição étnico-raciais passam por hierarquias e classificações sociais. As fibras capilares aparecem como essenciais para pensar as relações sociais e étnicas no Brasil.

É importante ressaltar que o mecanismo presente no colorismo é extremamente perverso, pois não só gera uma grande divisão e hierarquização entre os seres humanos, como também dificulta que pessoas negras reconheçam-se como tal. Desse modo, a questão de ser e se perceber enquanto negro no Brasil é muito complexa. De acordo com esse conceito, ter a pele mais clara ou fenótipos negros menos marcantes coloca a pessoa em posição de privilégio perante pessoas com fenótipos negros mais acentuados. Importante destacar que não há uma aceitação da pessoa negra com fenótipos menos acentuados como branca, ela apenas é mais tolerada culturalmente.

Além disso, o termo pardo é muito criticado pelo movimento social negro, pois favorece o apagamento de negritudes. Devido à hierarquia promovida pelo colorismo, pessoas negras, mas com traços mais aceitos pela branquitude, mimetizam-se enquanto pardas. Entretanto, esse termo é uma das classificações

oficiais do Instituto Brasileiro de Geografia Estatística (IBGE), que promove o censo demográfico. As classificações são: branco, preto, pardo, indígena ou amarelo.

Há uma variedade de termos com associação étnico-racial usados para descrever as características físicas das pessoas que não apresentam noção concreta de identidade relacionada à etnia, palavras como: preto, mulato, sarará, brancos e moreno. Rezende e Maggie (2002, p.15) salientam que essas classificações são culturais:

(...) tornam-se atribuições que podem variar de acordo com quem fala, como fala e de que posição fala. As formas de manipular esse sistema de classificação não se dão, entretanto, por acaso. Há certas regras de classificação que deixam entrever um complexo jogo de relações de poder.

Dados recentes mostram que há uma mudança na postura em relação às autodeclarações. No Censo realizado em 2010, o percentual de pessoas que se classificaram como pardos cresceu para 43,1% (82 milhões de pessoas) em comparação com 38,5% em 2000. A proporção de pretos também subiu de 6,2% para 7,6% (15 milhões) no mesmo período. Esse resultado também aponta que a população que se autodeclara branca caiu de 53,7% para 47,7% (91 milhões de brasileiros)<sup>67</sup>. Segundo analistas do próprio IBGE, essa mudança de cenário faz parte de uma transformação cultural, reflexo de políticas públicas contra a exclusão negra, e uma brecha para afirmação de identidades negras.

Em nosso universo de informantes, apenas uma entrevistada identificou-se enquanto "branca", todas as outras usaram auto-declarações que enquadram-se dentro de um espectro associado à negritude: a grande maioria afirmou ser parda, mas foram usados também as categorias "preta", "negra", "morena" e "marrom".

Dentro da discussão sobre o colorismo, é importante salientar que aqui percebemos tanto os cabelos cacheados como os crespos enquanto associados aos traços negros. Mas admitindo suas peculiaridades em relação ao sistema de classificação étnico-racial existente no Brasil, ou seja, pessoas com cabelos cacheados acabam tendo certos privilégios sociais em relação a pessoas com cabelos crespos. Essa percepção é respaldada pela pesquisa de Quintão:

---

<sup>67</sup> Dados retirados do Portal Brasil. Censo 2010 mostra as características da população brasileira. <http://www.brasil.gov.br/educacao/2012/07/censo-2010-mostra-as-diferencas-entre-caracteristicas-gerais-da-populacao-brasileira> . Acessado em: 06/07/2017.



No Brasil, onde a etnia é muito mais baseada na aparência que em “uma gota de sangue”, como é na cultura norte-americana, uma mulher parda pode passar a ser percebida como branca se tiver seus cabelos alisados, possivelmente influenciando – ou até mesmo mudando – suas interações sociais e chances de ascensão socioeconômica. (QUINTÃO,2013:24):

Entretanto, não acredito que uma pessoa com traços negróides fracos seja exatamente lida como branca na sociedade, por mais que alise os cabelos. Embora, certamente seja mais aceita socialmente. Acredito que uma entrevista realizada com uma moradora do Chapéu Mangueira ajude a pensar essa questão da valorização de peles mais claras:

...Ainda tem muitas pessoas que me falam para alisar... Mas hoje em dia eu só faço o que quero! Sabe, depois que eu comecei a ter o cabelo assim tive uma inspiração na dançarina da Anitta pra pintar meu cabelo de vermelho. Eu até cheguei a pintar, e adorei! Mas meu marido na época disse que não ia ficar bom em mim porque ela tem a pele mais clara que eu. Mas agora eu só faço o que quero, bato o pé e não ligo pras opiniões. (Amanda, 26 anos, Chapéu Mangueira, agosto de 2016).

Essa entrevista mostra que há uma desvalorização em relação à pele negra mais escura, onde apenas mulheres negras de pele mais clara estariam aptas a pintar o cabelo e ter um resultado positivo na visão do companheiro da entrevistada. Mostra então a hierarquização dos tons de pele. Entretanto, a postura da entrevistada em realizar sua vontade, mesmo com o marido contra, mostra um certo empoderamento e uma aceitação de seu corpo.

Refletindo sobre os cabelos dentro desse fenômeno do colorismo, percebe-se que, há uma preferência cultural pelos cabelos cacheados sobre os crespos. Isso já fica evidente em diversos discursos apresentados no capítulo 2, inclusive o discurso das marcas de produtos. Mas algumas falas de informantes demonstram claramente:

Na minha antiga escola tinha muitas meninas com o cabelo que nem o meu, cheio, tipo black, entendeu? (...) Eu não sei às vezes ele fica meio ruim... Acho que é crespo né... (...) Fiquei acho que uns... quando eu cortei acho que foi ano retrasado.. fiquei um ano sem passar relaxamento nenhum no cabelo... porque eu queria deixar a raiz dele crescer... (...) Minha mãe fazia relaxamento em mim de 2 em 2 meses, que agora não vou passar mais, porque eu não agüento mais o meu cabelo cair e ter que cortar... falei pra minha mãe que vou ter que ficar careca pro meu cabelo nascer melhor... Vou ficar fazendo hidratação, que eu cortei foi dia 9 do mês passado, aí vou cortar ele um pouco mais atrás e deixar ele crescer naturalmente, não vou ficar passando nada, só hidratação... porque hidratação ajuda muito o cabelo... (Marcia, 16 anos, Babilônia, janeiro de 2017).

Meu avô vive falando mal do meu cabelo, ele não entende porque eu uso ele assim pro alto, ele sempre me fala, mas tipo, eu tento não me importar... Na escola, ficam dizendo que meu cabelo é duro e ficam me zuando. (...) Se eu queria mudar? Queria que meu cabelo fosse cacheado... porque ele é crespo. (Mariana, 13 anos, Babilônia, maio de 2017).

Nesses dois trechos, percebe-se uma forte preferência por cabelos cacheados por ambas as informantes. Marcia declara-se "parda" e Mariana "marrom". No depoimento das duas, nota-se uma influência das famílias. Segundo Gomes (2001), os parentes motivam os processos de modificação de jovens, pois são influenciados pela organização estrutural da sociedade.

Nessa visão, os cabelos crespos são estigmatizados e estabelece-se um novo padrão a ser atingido. Os cabelos crespos que mais sofrem discriminações são os que não formam cachos, do tipo 4C. Esse ainda é um discurso vigente em nossa sociedade e assim sua discussão ainda faz-se necessária. Entretanto, como tenta-se demonstrar aqui, existe uma disputa em torno desses cabelos com curvaturas, mesmo os mais acentuados.

### *3.2.1 Duplo sofrimento das mulheres negras*

Observa-se que o "mito da democracia racial" possui muita aceitação e divulgação no Brasil. Essa falsa ideia afirma que não há racismo em nosso país, pois baseia na miscigenação para afirmar que as relações étnico-raciais são igualitárias. Lélia Gonzales (1984) afirma que, dentro desse contexto, há uma lógica de dominação que tenta domesticar as pessoas negras e gera sofrimento. Essa pesquisa segue pelo caminho apontado por Gonzales (1984), buscando compreender o duplo fenômeno do racismo e do sexismo como lógicas de sofrimento e violência que incidem sobre a mulheres negras em particular.:

Por isso, a gente vai trabalhar com duas noções que ajudarão a sacar o que a gente pretende caracterizar. A gente tá falando das noções de consciência e de memória. Como consciência a gente entende o lugar do desconhecimento, do encobrimento, da alienação, do esquecimento e até do saber. É por aí que o discurso ideológico se faz presente. Já a memória, a gente considera como o não-saber que conhece, esse lugar de inscrições que restituem uma história que não foi escrita, o lugar da emergência da verdade, dessa verdade que se estrutura como ficção. Consciência exclui o que memória inclui. Daí, na medida em que é o lugar da rejeição, consciência se expressa como discurso dominante (ou efeitos desse

discurso) numa dada cultura, ocultando memória, mediante a imposição do que ela, consciência, afirma como a verdade. Mas a memória tem suas astúcias, seu jogo de cintura: por isso, ela fala através das mancadas do discurso da consciência. (GONZALES, 1984, p. 226).

Essas noções de consciência e memória são importantes para entender como ocorrem as violências sobre as mulheres negras. Há um discurso ideológico que encobre o racismo e oculta os registros sobre essas pessoas. Desse modo, existem visões estereotipadas que são as principais representações dessas mulheres. Segundo Hall (1997a), os estereótipos essencializam, naturalizam e fixam as diferenças. As imagens sobre elas são de hiper sexualização ou de subalternização, sendo sempre objetificadas em diversas relações (GONZALES, 1984).

Desse modo, esse discurso ideológico promove diversos sofrimentos para as mulheres negras, inclusive por exercício de uma violência<sup>68</sup> simbólica sobre seus cabelos. Para Bourdieu (2007b), esse fenômeno ocorre quando o grupo dominante impõe aspectos de sua cultura a grupos dominados. Em suas palavras: “O fundamento da violência simbólica reside nas disposições modeladas pelas estruturas de dominação que a produzem” (BOURDIEU, 2007b:54).

Observa-se então uma dominação simbólica que interfere nas percepções subjetivas e em diversas formas de representações sociais. Esse fenômeno atinge diversos âmbitos culturais:

O efeito da dominação simbólica (seja ela de etnia, de gênero, de cultura, de língua etc.) se exerce não na lógica pura das consciências cognicentes, mas através de esquemas de percepção, da avaliação e de ação que são construídos nos *habitus* e que fundamentam a quem as decisões da consciência e os controles da vontade. (BOURDIEU, 2007b, p.49-50).

Defendemos aqui que essas violências simbólicas passam tanto pelo gênero como pela etnia em suas relações com o cabelo de mulheres negras. Gerando um sofrimento social que expressa-se através de rejeição e vergonha de seus cabelos. São sociais porque são sentidos pela coletividade e gerando características em comum. O sofrimento, em sua dimensão sócio-cultural, é resultado da ação de diversas formas de poder sobre as pessoas, que influenciam em suas práticas. Esse

---

<sup>68</sup> Esses grupos também estão expostos A violências estruturais e físicas. Mas para fins desse trabalho foca-se nas violências simbólicas por entendermos que elas agem diretamente sobre as relações com os cabelos de mulheres negras.

sentimento é universal nas experiências humanas, mas pode-se apresentar de formas rotineiras ou de maneiras drásticas (KLEINMAN, 1991).

O sofrimento relaciona-se com mulheres negras em dois lugares: no sexismo e no racismo. A frase "Para ficar bonita tem que sofrer", muito recorrente nas relações culturais brasileira, aparece como uma síntese desse pensamento. A beleza estaria então diretamente relacionada ao sofrimento, tanto em relação às imposições sobre feminilidade como sobre as estéticas impostas ao cabelo.

O sexismo está atrelado a uma visão patriarcal da sociedade brasileira, que teve sua origem na período colonial que garantia aos homens a detenção do poder. Nesse tipo de organização social, a mulher é percebida como inferior, havendo uma dominação masculina. Segundo Bourdieu (2007b), há uma primazia concedida aos homens e que se afirma em diversas estruturas sociais e culturais, constituindo assim a dominação masculina. Esse processo de construção social reproduz-se por vários tipos de violência, entre elas a simbólica.

Nesse contexto, as estéticas e performances associadas aos cabelos crespos e cacheados sofrem essa violência simbólica. Para Michelle Perrot (2007), os cabelos tem um papel fundamental na construção do feminino, pois são percebidos como símbolo da feminilidade. Ao pensar sobre os cortes de cabelo afirma:

O que chama a atenção, uma vez mais, é a importância simbólica dos cabelos. "Quando é que o aparelho de tosquiar vai retirar-lhe [à mulher] um de seus meios de sedução?" — lê-se num editorial do jornal *La Liberation de l'Aunis et de la Saintonge*. O corpo degradado pelo corte dos cabelos. Posto a nu. No crânio raspado desenha-se a cruz gamada. "Com a tosquia, trata-se não somente de excluir a mulher da comunidade nacional, mas também de destruir a imagem da feminilidade". (PERROT, 2007, p. 61-62).

Percebe-se que um dos padrões de feminilidade associados ao corpo das mulheres é em relação ao corte. Essa é uma imposição simbólica da violência a qual as mulheres estão sujeitas dentro dos mecanismos de dominação masculina. Alguns depoimentos demonstram essa questão:

Cortei bem curto, mas pensei em desistir e passar mais química, porque eu estava me achando feia (...) Quando vou na praia não molho com água salgada, não. (Solange, Chapéu Mangueira, agosto de 2016).

Eu fazia no Beleza, fiquei fazendo desde pequena, assim, desde que podia fazer minha mãe me levava... E aí teve um momento que eu não queria mais ficar refém daquilo ali, aí eu peguei e falei vou deixar natural, aí eu cortei batidinho mesmo, tipo homem... quando deu pra pegar, minha mãe

botou trança em mim. (...) Só se eu estiver morrendo, muito, muito de calor pra entrar no mar porque eu não consigo entrar no mar por causa do cabelo, tem gente que já consegue, eu não consigo... quando eu vou, vou já com a xuxa na mão pra prender...sabe aquele poodle tomou banho, é assim... (risos). (Renata, 24 anos, Leme, abril de 2017).

Não, eu fui aos poucos. Eu fui parando de usar, aí fui parando, parando... Ai quando eu vi que já tava num certo ponto, não pequeno, porque eu não gosto não, muito pequeno não. Aí eu cortei, mas no dia que a minha avó cortou meu cabelo, ela cortou muito baixinho, muito. Eu acho que minha bochecha é muito grande pra ficar usando com corte muito pequeno, eu tenho mo bochechão. Aí eu botei trança, aí cresceu só um pouquinho, ai eu fui lá e sai. Fiquei, sei lá, uns 4 meses com a trança. Adorei. Mas dá muito trabalho. (Melissa, 17 anos, Babilônia, março de 2017).

Mas queria que ele não tivesse o fator encolhimento, sei lá, acho que isso faria ele melhor, poder ver fácil ele crescendo, isso eu não vejo muito nele, porque ele encolhe quando seca... (Natália, 17 anos, Leme, março de 2017).

Eu cortei o cabelo vai fazer um mês agora, aí fiquei: ai mãe vai ficar feio e tal, fiquei com vergonha de sair, porque eu já cortei meu cabelo muito baixinho, muito baixinho mesmo, tinha 13 anos, eu cortei bem baxinho, esperei ele crescer, crescer muito (...) Já raspei a cabeça do lado, dois lados já raspei... Eles valorizam as meninas que tem cabelo liso, eles falam.. Ah não porque mulher tem que ter cabelo, não pode cortar o cabelo... O meu tio, ele é muito assim, ele fala que mulher foi feita pra ter cabelo, se a mulher não tem cabelo, a mulher não é mulher.. Ele veio falar isso pra mim... Mas você pode ter o cabelo que você quiser, o cabelo é seu, quem sabe da sua vida é você... você define seu cabelo... ele falou assim, mulher pra mim não pode cortar o cabelo... e o meu cabelo já chegou aqui.. meu cabelo já chegou na cintura, aí eu cortei o cabelo e ele falou mas você agora que aconteceu no seu cabelo, ai eu falei, ah não cortei porque eu quis. Ai ela falou mulher que é mulher não pode cortar o cabelo... ai eu falei olha querido, eu corto se eu quiser, o cabelo é meu... se eu quiser cortar meu cabelo vou cortar. Minhas amigas todas têm o cabelo grande, a única que tem o cabelo menor sou eu, minha prima..uma tem o cabelo todo enrolado (...) e a outra em o cabelo aqui, aí todo mundo fica assim olhando.. tipo assim... sabe? Na minha opinião, eu sou menosprezada por isso... porque eu tenho o cabelo menor, mas eu também não ligo, pra mim tanto faz, tem que gostar de mim do jeito que eu sou... da maneira que você ta me enxergando... os meninos falam muito, não gosto de menina com o cabelo assim, crespo, porque eles falam que o cabelo é duro... se tipo assim, se você corta o cabelo desse tamanho assim, eles falam que você ta careca, que você não tem cabelo na cabeça. Os meninos hoje em dia são assim, mulher pra eles tem que ter cabelo liso e tem que ser grande... liso, grande... pode ser enrolado, mas tem que ser grande, tem que ser na bunda pra eles... eu tenho um amigo que é muito preconceituoso com esses negócios. Ele fala ah, não até gosto de você, minha amiga, mas po, teu cabelo não colabora muito com você, acho você uma mina muito gata, muito linda, esse seu rosto muito bonito, mas po o que estraga é teu cabelo... falei assim ué porque meu cabelo me estraga? Não te entendo... ai ele falou que mulher tem que ter cabelo... falei não, mulher tem que ter o cabelo que ela quiser... até se eu quiser botar implante liso eu vou botar... ai ele ficou tipo assim... (Marcia, 16 anos, Babilônia, janeiro de 2017).

Esses depoimentos demonstram como as imposições sobre o feminino atingem essas mulheres. Em todos os depoimentos acima as informantes

declararam não gostar de cabelos curtos, uma ainda associa cabelo curto como "tipo de homem". Nos dois primeiros depoimentos, há uma privação compartilhada por essas mulheres, desejam que seus cabelos fiquem sempre belos e assim não entram na água do mar por acharem que seus cabelos ficam feios nessa situação. Esses fatos mostram a grande associação feita com os cabelos e os padrões esperados de feminilidade.

O extenso depoimento de Marcia é o que mais chama a atenção. Além do cabelo curto ser automaticamente associado ao feio, sua fala mostra que os fios longos são o padrão de corte associado ao feminino. Observamos um forte sofrimento em suas declarações, pois ela afirma sentir-se "menosprezada" por ser a amiga que tem o menor cabelo. Percebe-se que padrões estéticos associados à beleza feminina são muito difundidos e podem causar grandes violências simbólicas que prejudicam auto-estimas e causam estigmatização.

Na maioria dos depoimentos, transparece o duplo sofrimento dessas mulheres, pois por cima das imposições de padrões femininos existe racismo. As meninas que alegam não entrarem na água do mar possuem os cabelos crespos e por isso sentem-se mais cobradas a conservarem a beleza nessas situações. Como já discutimos, há um sistema hierárquico que envolve os cabelos com curvaturas, onde quem tem cabelos crespos sempre sofre mais. Marcia afirma que não se sente valorizada porque, além de ter os cabelos curtos, o tipo de cabelo que é desejado é o liso. Os sentimentos entre ter o cabelo crespo e curto parecem misturar-se e andar de mãos dadas, assim como as relações entre sexismo e racismo permeiam a vida de mulheres negras. Mas apesar de toda violência e sofrimento a que está exposta, a fala de Marcia demonstra princípios de empoderamento, ao afirmar que "Mas você pode ter o cabelo que você quiser, o cabelo é seu, quem sabe da sua vida é você".

Não quero desassociar o racismo atrelado ao sexismo que as mulheres negras sofrem. Mas, para fim analítico, separo abaixo alguns depoimentos que mostram mais claramente a relação entre violência causada pelo racismo e o sofrimento.

Fazia relaxamento em casa, só uma vez que eu fui no Beleza Natural... eu era menorzinha, acho que tinha uns 7 anos... Agora eu relaxei, acho que uns 3 meses atrás... Ai meu cabelo caiu porque é muita química e meu

cabelo é meio fraco... Aí caiu, eu fui cortei, agora tá assim...( Marcia, 16 anos, Babilônia, janeiro de 2017).

Pensei em voltar pro Beleza, mas ai eu parei pra pensar... se eu voltar pro beleza vou ficar refém daquilo ali, ainda mais agora, quando eu tratava todo mês lá, eu era pequena e a minha mãe que pagava, agora já não, ia ter que sair do meu bolso... se eu quisesse fazer aquilo ali ia sair do meu bolso e se eu quisesse sair daquilo ia ter que fazer tudo de novo... (Renata, 24 anos, Leme, abril de 2017).

Pô, muito tempo atrás, tinha uns 11 anos até os 14 anos, depois... Eu fazia relaxamento no Beleza Natural (...) Todo mês. Sei lá, eu não gostava do meu cabelo... Achava ele bem alto, muito alto, eu gostava dele meio pra baixo, bem pra baixo na verdade... Aí, sei lá... Daí eu vi que as mulheres começaram a ser elas mesmas, quis também, achei bem interessante, aí eu quis... Eu vi que elas não ligavam mais pro que as pessoas pensavam do cabelo delas, eu também não quero mais ligar. Mesmo se a pessoa fala: "ah, seu cabelo é feio", não vou mais ligar. (...) Ninguém nunca falou isso pra mim não, mas as pessoas pensam, né? Elas não falam, mas elas pensam, te olham daquele jeito: "Nossa, que cabelo feio". Mas elas não falam, mas elas sempre pensam. (Melissa, 17 anos, Babilônia, março de 2017).

O racismo age de maneira a eliminar física e simbolicamente a população negra, causando forte sofrimento. Assim, muitas mulheres recorreram ou ainda recorrem a químicas alisantes/ relaxantes mesmo sabendo o mal que pode causar à saúde, como pode-se notar no primeiro depoimento. A violência simbólica, que ocorre por um largo período histórico, causa tanto sofrimento que essas mulheres procuram um padrão estético de branqueamento em busca de uma aceitação social. Relaxar os fios é tentar escapar de um risco forte de estigmatização, mas também pode trazer o sofrimento causado pela química e seus problemas, como sentir-se "refém", ou seja, presa, conforme aparece no depoimento de Renata.

No depoimento de Melissa, percebe-se que o cabelo que cresce para cima gerava dificuldades de auto-aceitação, pois ela afirma que não gostava de seu próprio cabelo. Contudo, a frase "Daí eu vi que as mulheres começaram a ser elas mesmas" mostra que houve uma mudança influenciada por outras mulheres que passaram a ressignificar os cabelos crespos e cacheados. Nesses dois períodos, percebemos que há uma busca por pertencimento e aceitação que está diretamente associada ao uso dos cabelos.

Muitas entrevistas mostram o aumento da auto-estima dessas mulheres negras gerado por uma nova perspectiva sobre seu cabelo e um certo empoderamento. Ou seja, elas colocam-se como sujeitos que começam a decidir sobre as questões que lhes diz respeito, promovendo uma autonomia e

emancipação. Para Gomes (2001), as mudanças no cabelo podem significar o distanciamento do local de inferioridade que são dados às mulheres negras e o desenvolver um sentimento de autonomia.

### 3.2.2 Cabelos como mecanismos de autenticidade

Esse movimento de ressignificação e valorização dos cabelos de mulheres negras, que sofrem duplamente com o racismo e o sexismo, é uma disputa sobre os padrões estéticos. Essas batalhas ocorrem em diversos campos e níveis e têm relações com os movimentos negros existentes no Brasil.

Inclusive a revalorização da palavra "negro" é luta da Federação Negra Brasileira, importante movimento da década de 1930. Os movimentos negros parecem ter um papel fundamental nesse processo de construção de outras identidades negras pautadas em valorização dos fenotípicos.

Essa militância buscava redefinir as histórias e culturas negras, promovendo luta por direitos e reconhecimento, mas principalmente uma revalorização das estéticas. Um símbolo desse movimento é o penteado *black power*.

Durante os anos 1960, os negros que trabalhavam ativamente para criticar, desafiar e alterar o racismo branco sinalizavam a obsessão dos negros com os cabelos liso como um reflexo da mentalidade colonizada. Foi nesse momento em que os penteados afro, principalmente o black, entraram na moda como símbolo de resistência cultural à opressão racista e foram considerados uma celebração da condição de negros(a). Os penteados naturais eram associados à militância política. Muitos (as) jovens negros (as), quando pararam de alisar o cabelo, perceberam o valor político atribuído ao cabelo alisado como sinal de reverência e conformidade frente às expectativas da sociedade. Há nesse período histórico, um importante momento de exaltação do cabelo crespo negro. (HOOKS, 2005:3)

Esse penteado tratava-se de um desafio ao padrão do cabelo liso e representou uma luta por resistência. Estava em consonância com o movimento "*black is beautiful*", que buscava empoderar pessoas negras. Disseminou-se em vários países, inclusive no Brasil.

Naquele momento, o incentivo dos movimentos negros ao uso desse penteado passa por uma associação à afirmação de identidades negras. Essas ações enquadram-se no conceito de "política da identidade" (WOODWARD, 2000).



Nesse processo, a identidade é um fator de mobilização e concentra a busca por uma afirmação cultural de grupos que são oprimidos ou marginalizados.

Em nossa perspectiva, a campanha de beleza negra realizada desde a década de 1970 por movimentos negros internacionais e nacionais deixou legados para as gerações atuais, e essa herança está presente em espaços sociais diversos, inclusive em favelas como as da Babilônia e Chapéu Mangueira.

Desse modo, é inegável que as atuais ressignificações dos cabelos com curvaturas são legados desses movimentos anteriores, pois eles possibilitaram outras visões sobre os cabelos, que até então eram percebidos apenas como lugares de feiúra e do negativo. Entretanto, não podemos afirmar que as novas diretrizes também buscam conscientemente essa afirmação de identidade. A própria Hooks (2005) admite que, após um primeiro momento, houve um rompimento entre estética, política e a resistência:

Entretanto, quando as lutas de libertação negra não conduziram à mudança revolucionária na sociedade, não se deu mais tanta atenção à relação política entre a aparência e a cumplicidade com o segregacionismo branco, e aqueles que outrora ostentavam os seus blacks começaram a alisar o cabelo. (HOOKS, 2005:3).

Observa-se, então, que houve um momento de forte resistência na década de 1970, seguido por ruptura. Defendemos que esse movimento rendeu frutos e parece ser um dos responsáveis por uma positivação dos padrões de belezas negras.

Atualmente, os movimentos negros não abandonaram a construção de uma tomada de consciência política e afirmação da identidade, principalmente porque a ideologia presente no "mito da democracia racial" ainda persiste. Além disso, por mais que os relatos dessa pesquisa não carreguem um projeto político explícito, salientamos que a descoberta de beleza negra numa sociedade perversa com corpos negros é também uma atitude política.

Assim, estão ocorrendo importantes ressignificações dentro do autoreconhecimento étnico-racial. Mulheres estão aderindo ao penteado black e valorizando o volume de seus cabelos em diálogo com esses jogos identitários. Como afirma Hall (2003a, p. 341): "Por definição, a cultura popular negra é um espaço contraditório. É um local de contestação estratégica. Mas ela nunca pode ser

simplificada ou explicada nos termos das simples oposições binárias habitualmente usadas para mapeá-la”.

Nesse sentido, as perspectivas de análises que procuramos fazer aqui são voltadas para a diversidade da experiência negra. Procuramos sair dos binarismos e noções homogêneas, enxergando que há ambivalência nesse processo de valorização dos cabelos crespos e cacheados.

Mylene Mizrahi (2015), em pesquisa realizada com mulheres que cercam o núcleo familiar de um artista de funk carioca em ascensão social, afirma que o estilo de cabelo idealizado não era nem liso nem crespo, mas encaracolado. Em suas palavras:

Chamo esses cabelos de *ambíguos*, pois está implícito aí um desejo de desfazer uma identidade negra fixa – como costumeiramente ocorre nos penteados afro – e afastar-se, ao mesmo tempo, do gosto hegemônico branco. Esse modo de apresentar os cabelos é especialmente significativo se considerarmos que há algumas décadas as negras e as mulatas brasileiras tratavam seus cabelos preferencialmente com Henê, uma pasta preta e cremosa que ao mesmo tempo que alisa o cabelo tingem-o de um tom de preto intenso e brilhante. (MIZRAHI, 2015:34).

Essa perspectiva mostra que essas mulheres procuravam evitar a identidade negra fixa e com isso afastar a representação de pobreza associada à ela, pois no Brasil percepções de classe e raça estão profundamente conectadas. Elas recorriam então ao henê ou relaxamentos em suas fibras capilares. A estética corporal apresentada pelas mulheres desse contexto funk é imitativa, mas não deseja reproduzir a aparência branca, mas sim uma aparência corporal ambígua. Mizrahi (2015) afirma que essas manifestações dos cabelos aparecem como um uso político da estética, pois reapropriam o sistema de comércio capitalista e seus produtos voltados para beleza, pertencentes ao universo branco, subvertendo sua lógica.

O estudo apresentado por Mizrahi (2015) já aponta mudanças recentes sobre as representações do corpo negro, incluído o cabelo, que têm sido observadas nos últimos anos. Os dados da presente pesquisa seguem pelo mesmo caminho. Foram apontados diferentes motivos para o atual uso dos cabelos crespos e cacheados, mas salientamos que quando meninas negras começam a assumir seus cabelos, usando suas apropriações e táticas, acabam despertando um movimento em prol de sua valorização. Mesmo que o discurso ainda não seja direcionado para uma

afirmação de identidade negra, há uma noção de autenticidade que dialoga com essa perspectiva.

Taylor (2011), ao pensar sobre a ética da autenticidade, discorrer sobre suas fontes históricas e afirma que suas configurações têm que ser pensadas através de sentidos culturalmente construídos. Para ele, as noções de autenticidade devem ser regidas por padrões éticos e estão baseada na ideia de que as configurações da identidade não são apenas individuais.

Mas ao analisar o processo histórico, Taylor (2011) percebe um deslocamento do lugar onde a autenticidade é formada devido às transformações nas sociedade modernas. Há uma individualização e internalização dos parâmetros morais, ou seja, os ideais de certo e errado deixam de ser buscados no âmbito externo do espaço público e começam a ser construídos na concepção de dignidade de cada um.

As noções de autenticidade que pautam as construções de identidade passam a fundamentar-se em uma autodefinição e manifestadas em discursos e ações de originalidade. Taylor (2011) identifica que há um problema nessa configuração de autenticidade, pois deixa de lado as estruturas que conferem sentido às ações humanas, levando a um não reconhecimento dos interesses sociais.

Contudo, Taylor (2011) admite o valor do individualismo quando esse aparece delimitado por estruturas de sentido. Dentro dessa perspectiva, a autenticidade ampara-se em horizontes de significados culturalmente construídos. Nota-se que a construção da identidade deve estar ligada à noção de autenticidade formada não apenas na individualidade, mas também em valores culturais. Assim, Taylor defende alguns princípios de autenticidade:

(A) Envolve (i) criação e construção, assim como descoberta, (ii) originalidade e, frequentemente, (iii) oposição às regras da sociedade e mesmo potencialmente ao que reconhecemos como moralidade. Contudo, também é verdade, como vimos, que (B) requer (i) abertura aos horizontes de significado (visto que de outro modo a criação perde o pano de fundo que pode salvá-la da insignificância) e (ii) uma autodefinição no diálogo. (TAYLOR, 2011:73).

Taylor (2011) critica a noção de uma autenticidade baseada apenas em mecanismo autorreferenciais. A autenticidade é percebida como um mecanismo de composição das identidades nas sociedades modernas e não deve ser descartada

mas sim regida por princípios éticos e sociais. A plenitude da autenticidade ocorre quando ela é reconhecida no contexto cultural. A partir dessa relação é que torna-se possível a construção de identidades.

Portanto, a identidade existe numa rede de inter-relação entre autenticidade e orientações morais e culturais. As identidades formam-se através dos horizontes que se posicionam e das narrativas que constroem (TAYLOR, 2011). Dentro dessa perspectiva, pode-se pensar algumas declarações de informantes que revelam uma certa autenticidade:

Cara,[o cabelo] é a minha identidade, e assim é uma coisa que eu gosto muito e eu ainda inspiro as pessoas de ter... eu tenho uma amiga minha, ela até tem o cabelo afro igual o meu, mas o dela não chega a fazer os cachos. E ela escondia o cabelo dela, trançava ele todo e colocava outro que não tem nada a ver com ela, e eu sempre pegava e falava, seu cabelo é muito mais bonito do que esse cabelo que você tá colocando e o mesmo preço que ela gasta nisso você pode hidratar seu cabelo, cuidar do seu cabelo e vai se sentir melhor com seu cabelo, entendeu? (... ) eu até brinquei com ela que um mês atrás que ela colocou de novo e não conseguiu ficar, falei pra ela, você gastou um dinheiro nesses pacotes de cabelo que não são seus, é de boneca, enquanto você poderia gastar em um kit, né... pra hidratar seu cabelo, cuidar do seu cabelo, então é uma coisa que até as pessoas falam, nada a ver você esconder o seu cabelo que é uma coisa tão natural, tão bonita... (Renata, 24 anos, Leme, abril de 2017).

Nunca fiz química, porque nunca quis e não quero. Quero que meu cabelo seja natural como ele é. Minha mãe gosta que eu use meu cabelo natural assim, mas eu posso te falar uma coisa? Eu não ligo para opiniões dos outros, se eu gostei é isso e pronto, não tem essa de parente gostar não. (Priscila, 13 anos, Babilônia, maio de 2017).

Parei de fazer tem uns tempos, não sei ao certo, acho que um ano e meio... Usava porque eu gostava, mas parei porque eu não preciso passar química e parei de usar porque estava acabando com meu cabelo! (Gilda, 16 anos, Babilônia, maio de 2017).

Parei tem um ano, usava pra definir os cachos, parei porque passei a amar o volume do meu cabelo. (Solange, 24 anos, Chapéu Mangueira, agosto de 2016).

Já sofri, na escola falaram que eu era gorda e feia. Mas eu não fiz nada, me senti sei lá, sem saber o que fazer, sei lá... Mas assim, eu, eu acho meu cabelo maravilhoso, porque amo meu cabelo! (Laura, 13 anos, Babilônia, abril de 2017).

Nesses depoimentos, podemos encontrar referências de autenticidade ligadas à identidade. Renata fala claramente que seu cabelo faz parte da ideia que faz de si mesma e compartilha com o mundo. Há uma noção de autenticidade ligada a uma

ideia percebida como "natureza"<sup>69</sup> do cabelo. Existem ainda falas de amor próprio aso seus cabelos. Percebem-se resquícios de sofrimentos em muitas falas: amigas que buscam aceitação social por apliques e relatos de preconceitos na escola. Mas o que prevalece ainda é a ideia de estar de acordo consigo mesmo e uma reformulação das identidades associadas às mulheres negras.

Pensando nas maneiras de lutar contra estereótipos, sofrimentos e violências contra negros, Hall (1997a) numera três possíveis tipos de estratégias: através de uma reversão de valores negativos em positivos, revertendo estereótipos; pela introdução de conceitos positivos onde antes só havia negação; ou pela mudança de sentido e perspectiva do perfil racial, dentro de uma política de representação racial mais preocupada com as formas do que com a introdução de novo conteúdo. (HALL, 1997a).

Mas as duas primeiras táticas não eliminariam o preconceito racial ou as hierarquias existentes. Apenas a terceira tática não está baseada em escalas de valores, pois colocaria as tradições hierárquicas contra si mesmas, subvertendo as relações.

Refletindo sobre essas posturas, penso que a terceira posição está mais associada à militância consciente. Os caminhos apresentados no campo não subvertem totalmente as hierarquias mas positivam identidades negras através dos cabelos, estando mais alinhados à reversão de estereótipos. Essas práticas podem parecer limitadas, mas como argumenta Hall:

Reconheço que os espaços "conquistados" para a diferença são poucos e dispersos, e cuidadosamente policiados e regulados. Acredito que sejam limitados. Sei que eles são absurdamente subfinanciados, que existe sempre um preço de cooptação a ser pago quando o lado cortante da diferença e da transgressão perde o fio na espetacularização. Eu sei que o que substitui a invisibilidade e uma espécie de visibilidade cuidadosamente regulada e segregada. (HALL, 2003b:339)

Nesse ponto, é preciso salientar que apesar de limitada essa também é uma tática capaz de fazer a diferença, pois ela desloca disposições de poder. Nossos dados sugerem que não há uma identidade negra totalmente consciente, talvez

---

<sup>69</sup> Essa dita "naturalidade" envolve elementos culturais, rituais e produtos para atingir o novo padrão esperado, mas é percebida dessa maneira por valorizar elementos que são constituintes dos cabelos com curvaturas como o volume.

possamos pensar mais em uma identidade "cacheada" como sugerem as linhas de produtos que trabalhamos no segundo capítulo. Talvez um reconhecimento de uma identidade "crespa" seja mais difícil de ser percebido, devido aos preconceitos que ainda renegam e silenciam esses tipos de cabelos. Contudo, a ideia de identificar-se conscientemente enquanto "cacheada" foi mencionada por algumas informantes ao longo da pesquisa e demonstra claramente um afastamento dos padrões branco hegemônicos.

Essas transformações podem contribuir para a diminuição da desigualdade através de uma possível "formação de uma identidade 'negra' coletiva que vá além do interesse comum de produzir beleza" (FRY, 2002, p. 324). Nesse contexto, as mudanças sobre a forma de utilizar o cabelo contribuem para uma transformação dos padrões estéticos vigentes em nossa cultura e são ganhos simbólicos para mulheres que sofrem uma dupla violência.

Por tudo isso, nota-se que as ressignificações dos cabelos com curvaturas já são um importante passo nas lutas e batalhas culturais em relação aos perfis étnico-raciais. Os cabelos crespos, por serem os que mais sofrem preconceitos e violências, ainda são os que necessitam ser mais disputados. Mas ambos os cabelos já caminham na direção de uma identidade negra positivada, pois ela é capaz de ajudar na reversão de estigmas, estereótipos e fornecer auto-estima para um grupo que foi historicamente oprimido, mas que encontra brechas e caminhos para lutar.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esse trabalho procurou demonstrar os principais elementos das performances em torno dos cabelos crespos e cacheados nas favelas da Babilônia e Chapéu Mangueira. Destacando que elas baseiam-se em padrões estéticos que estão sofrendo um processo de disputa de significados.

Essas favelas apresentam-se como um dos palcos em que essas mudanças estão acontecendo. No trabalho de campo, percebi a existência de uma performance ambígua dos moradores em relação a essas localidades. Seus habitantes possuem uma grande circularidade pela cidade, principalmente na Zona Sul carioca. Desse modo, as performances valorizam e afastam simultaneamente elementos associados a essa região da cidade do Rio de Janeiro. Além disso, busquei compreender os principais elementos estéticos dessas duas favelas, pois acredito que contribuem para a configuração das performances apresentadas.

Uma melhor compreensão do território contribui para pensar sobre as moradoras que participaram das entrevistas. Desse modo, as informantes são em grande maioria mulheres negras jovens e de diversas religiões e que têm em comum o fato de terem essa performance ambígua enquanto constituinte de suas identidades.

Nesse trabalho, o cabelo é percebido como cultural, pois é um dos elementos corporais que mais expressam e simbolizam as relações humanas. Nesse sentido, busquei pensar sobre as principais classificações e rituais que permeiam os sentidos dos cabelos crespos e cacheados em nossa sociedade.

As atuais práticas culturais de cuidados dos cabelos crespos e cacheados são percebidas nesse trabalho como rituais. As maneiras como os rituais acontecem são importantes para interpretar as performances e estéticas em torno desses cabelos. Esses cabelos podem quebrar as normas estéticas vigentes gerando uma crise ou um estado de liminaridade. É nesse momento que Turner (2008) enxerga os conflitos e as mudanças sociais. Defendemos então que na liminaridade há espaço de reinvenção dos cabelos crespos e cacheados, criando novos rituais.

No campo da pesquisa, observamos que os novos rituais envolvem principalmente práticas associadas ao uso de máscaras de hidratação e técnicas de

finalização. Esses dois pontos aparecem como os mais importantes para pensar os cabelos anelados atualmente.

Apresentei um sistema de classificação desenvolvido por um cabeleireiro norte-americano e que está bastante difundido atualmente. Contudo, durante as entrevistas outros termos para agrupar os cabelos também apareceram, tais como: "crespo", "cacheado", "miojo", "duro" etc. Após a análise, percebemos que essas palavras não são vazias de significados e que, assim como outras classificações, são maneiras de refletir as hierarquias presentes em nossa cultura. Conforme procuro demonstrar ao longo do trabalho, essas sistematizações têm fortes relações com o racismo presente no Brasil.

Os cabelos crespos e cacheados são os dois tipos que mais sofrem dentro dos padrões estéticos hegemônicos em nossa sociedade. Essa relação tem dois grandes pontos: uma cultura da disciplina que atinge todas as mulheres e o racismo presente na sociedade brasileira. Esses dois fatores parecem não desassociarem-se totalmente, sempre mantendo uma relação.

Para fins analíticos e buscando um debate complexo, no trabalho esses dois elementos foram pensados separadamente. No segundo capítulo, refletimos sobre o papel da moda nas transformações nos cabelos anelados, mas já incluindo uma breve discussão sobre o papel das relações étnico-raciais. E apenas no terceiro capítulo trabalhamos essa questão mais profundamente. Esse parece ser o fator que mais pesa nessa configuração e por isso merece esse destaque.

O ideal de disciplina é compartilhado por mulheres de diferentes etnias, exigindo-se um cabelo sem frizz e com pouco volume. Contudo, os cabelos crespos e cacheados são os que mais encontram dificuldades de enquadrarem-se, pois os padrões de beleza utilizam como referências apenas as mulheres brancas. Ou seja, todas sofrem pelas imposições sociais que buscam moldar seus corpos, mas apenas mulheres brancas são representadas nesses padrões. As formas como esses valores estéticos são construídos e disseminam-se são, portanto, associadas ao racismo.

Pensando primeiramente sobre a moda, me pareceu importante debater sobre o consumo e o mercado em torno das mulheres com cabelos anelados. Defende-se que a moda é cultural, pois conferem sentidos e significados a diversos



elementos. Em relação aos cabelos, a moda está alinhada com uma cultura da disciplina, onde o volume e o frizz são negativados.

A moda dissemina um padrão estético de disciplina para diversas mulheres. Dentro desse contexto, o volume ainda pode aparecer como um problema a ser resolvido. Nossa análise mostrou que a maioria das informantes buscava se enquadrar nesse modelo, buscando técnicas de relaxamento de seus cabelos, para diminuir seu volume.

Contudo, atualmente essa pesquisa defende que esses padrões encontram-se em disputa. Pelo menos, quando pensamos a respeito dos cabelos cacheados e crespos, pois o volume e o frizz apareceram de forma positivada em muitos trechos das entrevistas.

Assim, percebe-se que a moda é um elemento que ajuda na criação de um novo padrão estético, resignificando os volumes dos cabelos anelados. Nosso campo mostra que as mulheres estão usando táticas (CERTEAU, 1998) para disputarem os significados dos volumes em seus cabelos. Nesse sentido, parece que está sendo travada uma luta política através da estética. Esse movimento é muito importante para combater o sexismo e o racismo presente em nossa sociedade, mas carrega limites. Não desconstrói os padrões estéticos, e sim, os resignificam traçando novos modelos.

Essa disputa sobre a estética baseia-se em hábitos de consumo. Mesmo que as reconfigurações em relações aos cabelos sejam apoiadas em práticas recentes, elas não deixam de apoiar-se em um novo *habitus* (BOURDIEU, 2007a) corporal em relação aos seus cabelos.

Esse novo *habitus* está amplamente inserido em práticas de consumo, principalmente de produtos para cabelos crespos e cacheados. Em nossa análise, o consumo deve ser entendido culturalmente (DOUGLAS & ISHERWOOD, 2013). Para Featherstone (1995), há uma cultura do consumo. Entende-se que o ato, a forma e os modos de consumir são dotados de sentidos e significados simbólicos socialmente construídos e discursivamente elaborados que vão além de uma perspectiva instrumental.

Modos corporais que antes não eram valorizados estão assumindo novas representações sociais. Dentro desse contexto, os meios de comunicação ganham

grande importância, pois são divulgadores e influenciadores dos hábitos de consumo e padrões estéticos em nossa sociedade.

As mídias são grandes disseminadoras de modelos de beleza. Segundo Sovik (2001), os meios de comunicação tradicionais são racistas, pois não englobam variadas representações estéticas. Em relação ao gênero feminino, há uma cultura da disciplina que está baseada em fenótipos caucasianos, como o cabelo liso.

Contudo, movimentos recentes buscam maior representatividade na busca de mudanças. Dentro dessa perspectiva, acham-se mediações (MARTÍN-BARBERO, 1997) que alterem os discursos dominantes. A internet aparece como meio de comunicação que abre caminho para as disputas de representação, pois sua dinâmica (LÉVY, 1996) proporciona uma multiplicidade de discursos.

Como já trabalhamos, diferentes mulheres procuram encaixar-se nas modas e nessa cultura da disciplina. Contudo, pensando especificadamente nas mulheres negras, essa busca envolve questões mais profundas. Esse ponto envolve diretamente as tensões sobre cabelos com curvaturas.

O discurso racista no Brasil é parte de uma ideologia dominante que enxerga a miscigenação como harmoniosa, silenciando as hierarquias presentes. Os padrões dessa visão são caucasianos, colocando as pessoas negras em lugares excludentes.

O cabelo acaba ocupando um lugar central nas relações étnico-raciais no Brasil, pois nosso racismo está alinhado com a pigmentocracia. Esse sistema classifica os fenotípicos, formando hierarquização conforme as aparências. Assim, mesmo dentro dos traços negros existem escalas de valores. Ou seja, pessoas com cabelos cacheados acabam tendo certos privilégios sociais em relação a pessoas com cabelos crespos.

Outro ponto abordado nessa pesquisa é o duplo sofrimento pelo qual passam mulheres negras (GONZALES, 1984). Elas são atingidas tanto pelo racismo quanto pelo sexismo. Esses fenômenos atuam como lógicas de sofrimento e violência simbólicas (BOURDIEU, 2007b) que incidem sobre as mulheres negras em particular. Assim, racismo e sexismo atuam em conjunto sobre os cabelos crespos e cacheados, desvalorizando-os sob a lógica do racismo e estabelecendo padrões de feminilidade através do fenômeno sexista.

Os mercados consumidores apropriam-se das discussões da sociedade e assim oferecem mais produtos, na busca de alcançar maiores públicos e aumentar o lucro. Entretanto, essa maior distribuição de produtos voltados para cabelos crespos e cacheados também alimenta uma maior discussão sobre o assunto, pois atinge mais pessoas. Parece ser então uma via de mão dupla. Além disso, esses produtos constituem um avanço em relação a um ambiente, mesmo capitalista, que não englobava diferentes fenótipos nem mesmo dentro do consumo. Esse movimento das empresas de cosméticos ainda incentiva padrões de beleza, mas que podem conferir auto-estima a grupos muito marginalizados.

Dentro desse contexto, é importante ressaltar que o tipo de cabelo mais valorizado pelas empresas é o cacheado. Todas as linhas são diretamente relacionadas a esse tipo de cabelo, ficando os cabelos crespos em segundo plano. Essas empresas apropriam-se de discursos identitários disseminados pelo movimento social negro e vende uma espécie de "identidade cacheada". Os discursos das empresas valorizam esse tipo de cabelo, incentivam o uso sem técnicas de alisamento ou relaxamento. E chegam inclusive a falar claramente que assumir os volumes dos cabelos cacheados é uma questão de identidade. Observa-se que uma possível identidade crespa nunca é mencionada, demonstrando que ainda não há uma consciência de afirmação de identidade negra fixa.

Sugiro então que pode se pensar em uma "identidade cacheada" que surge da apropriação dos discursos dos movimentos negros. Essa luta estética desses movimentos buscava valorizar fenotípicos negros na busca de uma identidade negra, em contraponto ao racismo. Esses movimentos geram tensões na sociedade e abrem espaço para discussão, as empresas elegem parte desse discurso e o amortecem em um ideal voltado para "identidade cacheada".

Antes havia um grande apagamento das identidades negras. Os mercados não utilizavam discursos identitários (QUINTÃO, 2013) por acreditarem que ele não gerava lucro. Defendo aqui que estamos assistindo a um redimensionamento dessas questões. Esse processo me parece ambivalente, pois não podemos esquecer de seu lado mercadológico, apesar de afastar os padrões hegemônicos brancos e ajudar a disseminar um novo ideal estético que procuramos apresentar aqui.

Muitas informantes parecem ir ao encontro dessa "identidade cacheada", pois em seus discursos aparece uma noção de autenticidade (TAYLOR, 2011). Em seus depoimentos existem referências de autenticidade ligada à identidade e amor aos seus cabelos. Os sofrimentos não estão ausentes em suas falas, prevalece a ideia de estar de acordo consigo mesma, associada à reformulação das identidades.

Desse modo, tanto nos discursos das empresas quanto das informantes não aparecem, de forma clara, uma preocupação com a consciência política e com a afirmação da identidade negra. E ainda parecem silenciar uma ideia de "identidade crespa". Mas a descoberta de beleza negra e aceitação de um de seus mais explícitos fenótipos, como são os cabelos crespos e cacheados, é também uma atitude política. Peter Fry (2002) salienta que as transformações estéticas podem ser um campo de batalha político e existencial. Desse modo, o atual discurso de uma "identidade cacheada" parece uma importante conquista.

Como já apresentamos no final do terceiro capítulo, as práticas, discursos e experiências apresentadas aqui parecem alinhar-se em táticas de posituação de estéticas que antes eram negativadas. Para Hall (1997a), esse tipo de ação ainda não elimina as hierarquias existentes. Apenas ações que busquem um projeto político consciente, e que subvertam as relações, seriam capazes de acabar com essa escala de valores.

Desse modo, observo que as atuais ressignificações sobre os cabelos crespos e cacheados são limitadas, pois possuem poucos espaços para manobras. Entretanto, ressalto que também são ações capazes de fazer a diferença, na medida em que deslocam estruturas de poder.

Assim, essa é uma pesquisa que procura contribuir para demonstrar espaços de brechas e disputas frente aos padrões estéticos hegemônicos. Através das ressignificações em torno dos cabelos crespos e cacheados, procuramos demonstrar que há diversidade e ambivalências nas experiências negras. Observamos que ferramentas da moda foram assimiladas pelos movimentos negros em busca de uma consciência política sobre a identidade negra. Através de nosso trabalho de campo, concluímos que talvez ainda não seja possível afirmar que esse projeto obteve total êxito, mas já notamos avanços.

## BIBLIOGRAFIA

ARRUDA, Ana Cristina da Conceição. *Documentação Audiovisual: Instrumento de Construção da Memória da Favela do Chapéu Mangueira*. Dissertação de mestrado, Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro – UNIRIO, 2006.

ASSOCIAÇÃO Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos. *Anuário 2016*. Disponível em <https://abihpec.org.br/institucional/publicacoes/anuario-abihpec/> >. Acesso em: 13/07/2017.

BAKHTIN, M. *A Cultura Popular na Idade Média e no Renascimento: o contexto de François Rabelais*. São Paulo: Hucitec e Brasília: Universidade de Brasília, 1987.

BARBOSA, Livia. *Sociedade de consumo*. Rio de Janeiro: Zahar, 2010.

BASTOS, Liliana Cabral; SANTOS William Soares dos (orgs.). *A Entrevista na Pesquisa Qualitativa*; Rio de Janeiro, Quartet: Faperj, 2013.

BAUDRILLARD, Jean. *A sociedade de consumo*. Lisboa: Edições 70, 2003.

BAUMAN, Zygmunt. *Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2007.

BECKER, Howard. *Métodos de Pesquisa em Ciências Sociais*. 4ª Ed. São Paulo: Hucitec, 1999.

BRUM, Mario Sergio. *Cidade Alta: História, memórias e estigma de favela num conjunto habitacional do Rio de Janeiro*. Tese de Doutorado em História Social/PPGH-UFF. Niterói, 2011.

BOURDIEU, Pierre. "A juventude é apenas uma palavra". In: *Questões de sociologia*. Rio de Janeiro, Marco Zero, 1983.

BOURDIEU, Pierre. *A distinção. Crítica social do julgamento*. São Paulo: EDUSP; Porto Alegre: Zouk, 2007a.

BOURDIEU, P. *A dominação masculina*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2007b.

BOURDIEU, Pierre. *O poder simbólico*. São Paulo: Bertrand Brasil, 2011.

BURGOS, Marcelo Baumann; PEREIRA, Luiz Fernando Almeida; CAVALCANTI, Mariana; BRUM, Mario [e] AMOROSO, Mauro. (2011), "O efeito UPP na percepção dos moradores das favelas". *Desigualdade & Diversidade: Revista de Ciências Sociais*, no 11, pp. 49-98.

BYRD, Ayana. e THARPS, Lori. *Hair Story: Untangling the Roots of Black Hair in America*. New York: St. Martin's Press, 2001.

CANCLINI, Néstor García. *Diferentes, desiguais e desconectados: mapas da interculturalidade*. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2004.

CAMPBELL, Colin. *A ética romântica e o espírito do consumismo moderno*. Rio de Janeiro: Rocco, 2001.

CAMPOS, Andreino. *Do Quilombo à favela: a produção do "espaço criminalizado" no Rio de Janeiro*. Rio de Janeiro. Bertrand Brasil, 2012.

CERTEAU, Michel de. *A Invenção do Cotidiano*, vol. 1. Petrópolis: Vozes, 1998.

CHEANG, Sarah. "Roots: hair and race". In: BYRD, Ayana (Org.); THARPS, Lori (Org.). *Hair: styling, culture and fashion*. Oxford: Berg Publishers, 2008, pp. 27-42.

CRUZ, Cintia Tâmara Pinto. *Os cabelos mágicos: identidade e consumo de mulheres afrodescendentes no Instituto Beleza Natural*. Salvador, Dissertação de mestrado, Universidade Federal do Recôncavo da Bahia, 2013.

DAEMON, F.; TEIXEIRA, M. A. S.; FERNANDES, R. B.. "Relações pessoais na construção da gestão social em favelas: experiências no Rio de Janeiro". *Argumentum* (Vitória), v. 7, p. 202-220, 2015.

DAMATTA, Roberto. *Relativizando: Uma introdução à antropologia social* Petrópolis: Vozes, 1981.

DOUGLAS, Mary e ISHERWOOD, Baron. *O mundo dos bens*. Rio de Janeiro: UFRJ, 2013.

DURKHEIM, Émile; MAUSS, Marcel. "Algumas formas primitivas de classificação". In: MAUSS, Marcel. *Ensaio de Sociologia*. São Paulo: Perspectiva, 1978.

ENNE, A. L. S. “À perplexidade, a complexidade: caminhos para pensar a relação entre consumo e identidade nas sociedades contemporâneas”. *Comunicação, Mídia e Consumo* (São Paulo. Impresso), v. 3, p. 11-29, 2006.

ENNE, Ana Lucia e GOMES, Mariana. “É tudo nosso”: disputas culturais em torno da construção da legitimidade discursiva como capital social e espacial das periferias do Rio de Janeiro. IN: PASSOS, P.; DANTAS, Aline; MELLO, M. (orgs.). *Política cultural com as periferias: práticas e indagações de uma problemática contemporânea*. Rio de Janeiro, IFRJ, 2013.

ENNE, Ana Lucia. “A favela tá atuando e dispensando os dublês”: a construção, consolidação e expansão de múltiplas redes culturais e comunicacionais a partir de favelas e periferias do Rio de Janeiro. IN: FERNANDES, C.; MAIA, J.; HERSCHMANN, M. (orgs). *Comunicações e Territorialidades*. Rio de Janeiro em cena.. São Paulo, Ed. Anadarco, 2012.

ENNE, Ana Lucia. “Juventude como espírito do tempo, faixa etária e estilo de vida: processos constitutivos de uma categoria-chave da modernidade”. *Comunicação, Mídia e Consumo*. Revista ESPM. São Paulo, v.7, n.20, 2010.

FACINA, Adriana. “Consumo Favela”. IN: PASSOS, P.; DANTAS, Aline; MELLO, M. (orgs.). *Política cultural com as periferias: práticas e indagações de uma problemática contemporânea*. Rio de Janeiro, IFRJ, 2013.

FACINA, Adriana. “Favela: território de sobrevivência e criatividade”. *ACESSA.com* - Direitos Humanos (Entrevista). Disponível em <http://www.acesa.com/direitoshumanos/arquivo/cidadania/2014/12/16-favela-territorio-de-sobrevivencia-e-criatividade/> Página 1 de 3 . Acessado em 30/03/2017.

FACINA, Adriana. “Mapeamento da produção cultural na favela de Acari: aproximações iniciais”. Salvador, VII ENECULT, 2011.

FARIAS, P. (2002). “Corpo e classificação de cor numa praia carioca;”. In: GOLDENBERG, M. (ed.) *Nu e vestido: dez antropólogos revelam a cultura do corpo carioca*. Rio de Janeiro: Record, 263-302.

FEATHERSTONE, M. *Cultura do consumo e pós-modernismo*. São Paulo, Studio Nobel, 1995.

FIGUEIREDO, Ângela. “Cabelo, cabeleira, cabeluda e descabelada”: identidade, consumo e manipulação da aparência entre os negros brasileiros. *Reunião da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Ciências Sociais*, XXVI. Caxambu: ANPOCS, 2002.

FREIRE-MEDEIROS, Bianca. *A construção da favela carioca como destino turístico*. Rio de Janeiro: CPDOC, 2006.

FREYRE, Gilberto. *Casa Grande & Senzala*. São Paulo: Círculo do Livro, (1986).

FRY, Peter. “Estética e política: relações entre “raça”, publicidade e produção de beleza no Brasil”. In: GOLDEMBERG, Mirian. *Nu & vestido: dez antropólogos revelam a cultura do corpo carioca*. Rio de Janeiro: Record, 2007, pp. 303-326.

GOFFMAN, Erving. *A representação do eu na vida cotidiana*. Petrópolis: Vozes, 2009.

GOLDEMBERG, Mirian. *A Arte de Pesquisar: como fazer pesquisa qualitativa em ciências sociais*. Rio de Janeiro, Record, 2000.

GOLDEMBERG, Mirian (ET AL) *Nu e vestido: Dez antropólogos revelam a cultura do corpo carioca*. Rio de Janeiro, Record, 2007.

GOMES, Nilma Lino. “Cultura negra e educação”. in: *Revista Brasileira de Educação*, 2003, pp. 75-85.

GOMES, Nilma Lino. “Trajetórias escolares, corpo negro e cabelo crespo: reprodução de estereótipos ou resignificação cultural?”. *Revista Brasileira de Educação*, Set/Out/Nov/Dez 2002 Nº 21, 2006.

GOMES, Nilma Lino. “Corpo e cabelo como símbolos da identidade negra”. Trabalho apresentado no Seminário Internacional Educação Intercultural, Gênero e Movimentos Sociais, 2, 2001, 8-11.

GONZALES, Lélia. “Racismo e sexismo na cultura brasileira”. In: *Revista Ciências Sociais Hoje*, Anpocs, 1984, p. 223-244.

GENNEP, A. V. *Os Ritos de Passagem*. 2ª ed., trad. Mariano Ferreira. Petrópolis: Vozes, 2011.

GUERREIRO, Goli. “Percepções do Atlântico – antropologia estética, produção de conhecimento e antirracismo”. In. *Revista Observatório Itaú Cultural : OIC*. - N. 21 (nov. 2016/maio 2017). – São Paulo : Itaú Cultural, 2007.



HALL, Stuart. "A questão multicultural". In: \_\_\_\_\_. *Da diáspora: identidades e mediações culturais*. Liv Sovik (Org.). Belo Horizonte: Editora da UFMG e Brasília: Representação da UNESCO no Brasil, 2003a, pp. 51-100.

HALL, Stuart. Que negro é esse na cultura negra. In: \_\_\_\_\_. *Da diáspora: identidades e mediações culturais*. Liv Sovik (Org.). Belo Horizonte: Editora da UFMG e Brasília: Representação da UNESCO no Brasil, 2003b, pp. 335-349.

HALL, Stuart. "The spectacle of the 'other'". In: \_\_\_\_\_ (Org.). *Representation: cultural representations and signifying practices*. London: Sage/Open University Press, 1997a, pp. 223-290.

HALL, Stuart. "The work of representation". In: HALL, Stuart (org.) *Representation. Cultural representation and cultural signifying practices*. London/Thousand Oaks/New Delhi: Sage/Open University, 1997b.

HOFF, Tânia Márcia Cesar. "O corpo imaginado na publicidade", in *Cadernos de Pesquisa ESPM*. São Paulo: ESPM, n1, vol. 1, mai./jun. 2005, p.9-64.

HOOKS, Bell. "Alisando o nosso cabelo". Cuba: *Revista Gazeta de Cuba*-Unión de escritores y artista de Cuba, jan./fev/, 2005. Tradução de: Lia Maria dos Santos.

JUNGBLUT, Airton Luiz. "A heterogenia do mundo on-line: algumas reflexões sobre virtualização, comunicação mediada por computador e ciberespaço". In: *Horizontes Antropológicos*. Ano 10, n. 21. Porto Alegre, jan/jun, 2004. p. 97-121.

KELLNER, Douglas. *A cultura da mídia – estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno*, Bauru, SP, EDUSC, 2001.

KLEINMAN, Arthur; KLEINMAN, Joan. "Suffering and its Professional Transformation: Toward an Ethnography of Interpersonal Experience.Culture". *Medicine and Psychiatry*, v.15, n.3, p. 275-301, 1991.

LAGROU, Els. *A fluidez da forma. Arte, alteridade e agência em uma sociedade amazônica* (Kaxinawa, Acre). Rio de Janeiro: Topbooks, 2007.

LANGDON, Esther Jean. "Performance e sua Diversidade como Paradigma Analítico: A Contribuição da Abordagem de Bauman e Briggs". *ILHA - Revista de Antropologia*, Vol. 8, 2006.

LEACH, Edmund. "Cabelo mágico". In: DA MATTA, Roberto (Org.). *Edmund Leach: antropologia*. São Paulo: Ática, 1983.

- LE BRETON, David. *A sociologia do corpo*. Rio de Janeiro: Vozes, 2012.
- LÉVY, Pierre. *O que é o virtual?* São Paulo: Editora 34, 1996.
- LIPOVETSKY, Gilles. *A felicidade paradoxal: ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo*. São Paulo: Companhia das Letras, 1999.
- LIPOVETSKY, Gilles. *O império do efêmero : a moda e seu destino nas sociedades modernas / Gilles Lipovetsky ; tradução Maria Lucia Machado. — São Paulo : Companhia das Letras, 2009.*
- LODY, Raul. *Cabelos de axé: identidade e resistência*. Rio de Janeiro: Ed. SENAC Nacional, 2004.
- MAGGIE, Yvonne e REZENDE, Cláudia Barcellos (orgs.). *Raça como retórica: a construção da diferença*. Rio de Janeiro, Civilização Brasileira, 2002.
- MAUSS, Marcel. "As Técnicas Corporais". In: Marcel Mauss, *Sociologia e Antropologia*, vol. 2. São Paulo: EPU/EDUSP, 1974.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús. "Prefácio à quinta edição castelhana. Pistas para entre-ver meios e mediações". IN: *Dos meios às mediações*. Comunicação, cultura e hegemonia. RJ, Editora da UFRJ, 1997.
- MINAYO, M. C. S. (Org.). *Pesquisa Social: teoria, método e criatividade*. 19.ed. Petrópolis: Vozes, 2001.
- MIZRAHI, M. Cabelos ambíguos: beleza, poder de compra e 'raça' no Brasil urbano. *Revista Brasileira de Ciências Sociais* (Impresso), v. 89, p. 31-46, 2015.
- MOORE, Carlos. *Racismo & Sociedade*, Mazza edições, 2007.
- NOGUEIRA, Oracy. "Preconceito racial de marca e preconceito racial de origem — sugestão de um quadro de referência para a interpretação do material sobre relações raciais no Brasil". IN NOGUEIRA, O. (org.) *Tanto preto quanto branco: estudos de relações raciais*, São Paulo, T.A. Queiroz, 1985.
- NOVAES, Regina. "Juventude e Sociedade: jogos de espelhos. Sentimentos, percepções e demandas por direitos e políticas públicas". *Revista Sociologia Especial – Ciência e Vida*. São Paulo, outubro de 2007.
- PEREIRA, Raphaela Cristina Maximiano. "O ato da percepção: Do enfoque dado ao leitor na estética da recepção ao papel do ouvinte na performance da poesia oral". Londrina: *GT de Literatura Oral e Popular da ANPOLL*; número 7 – jan-jun de 2009.

- PERROT, Michelle. *Minha história das mulheres*. São Paulo : Contexto, 2007.
- Portal Brasil. Censo 2010 mostra as características da população brasileira. <http://www.brasil.gov.br/educacao/2012/07/censo-2010-mostra-as-diferencas-entre-caracteristicas-gerais-da-populacao-brasileira> . Acessado em: 06/07/2017.]
- QUINTÃO, Adrianna M. P. *O que ela tem na cabeça? Um estudo sobre o cabelo como performance indenitária*. Dissertação (mestrado em antropologia) - Universidade Federal Fluminense. Niterói. 2013.
- RANCIÈRE, Jacques. *A Partilha do Sensível*. São Paulo: Editora 34, 2009.
- RANCIÈRE, Jacques. “A Estética como Política”. *Devires*, Belo Horizonte, v. 7, n. 2, p. 14-36, jul/dez 2010.
- ROCHA, Everardo. “Coisas estranhas, coisas banais: notas para a reflexão sobre o consumo” IN ROCHA, Everardo; ALMEIDA, Maria Isabel de e EUGENIO, Fernanda (orgs.). *Comunicação, consumo e espaço urbano: Novas sensibilidades nas culturas jovens*. Rio de Janeiro: PUC: Rio : Mauad Ed., 2006.
- SCHWARCZ, Lilia Moritz. *O espetáculo das raças: cientistas, instituições e questão racial no Brasil*. São Paulo: Companhia das letras, 1993.
- SIMMEL, Georg. *Filosofia da moda e outros escritos*. Lisboa: Texto & Grafia, 2008.
- SKIDMORE, Thomas E. *Preto no branco: raça e nacionalidade no pensamento brasileiro (1870-1930)*. São Paulo: Companhia das letras, 2012.
- SLATER, D. (2002). *Cultura do consumo & modernidade*. São Paulo: Nobel.
- SODRÉ, Muniz. *Claros e escuros: identidade, povo e mídia no Brasil*. Petrópolis, RJ; Vozes, 1999.
- SOUZA E SILVA, Jailson. “Novos Paradigmas para ver a Favela”. IN: BARBOSA, J. L. ; Sousa e Silva, Jailson ; FAUSTINI, M. V . *O novo carioca*. 01. ed. Rio de Janeiro: Mórula, 2012a.
- SOUZA E SILVA, Jailson. “Carta para Zuenir Ventura”. IN: BARBOSA, J. L. ; Sousa e Silva, Jailson ; FAUSTINI, M. V. . *O novo carioca*. 01. ed. Rio de Janeiro: Mórula, 2012b.
- SOUZA E SILVA, Jailson. “Adeus "Cidade Partida"” (2003) [online]. Disponível em [http://observatoriodefavelas.org.br/wp-content/uploads/2013/06/Adeus-Cidade-Partida\\_Por-Jailson-de-Souza-e-Silva.pdf](http://observatoriodefavelas.org.br/wp-content/uploads/2013/06/Adeus-Cidade-Partida_Por-Jailson-de-Souza-e-Silva.pdf). Acessado em 15/03/2017.

- SOVIK, Liv. *Aqui ninguém é branco*. Rio de Janeiro: Aeroplano, 2002.
- SYNNOTT, Anthony. "Hair: shame and glory". In: *The body social: symbolism, self and society*. Oxford: Taylor & Francis e-Library, 2002, pp. 103-127.
- TAYLOR, Charles. *A ética da autenticidade*. São Paulo: É Realizações, 2011.
- TAYLOR, Charles. *As Fontes do Self*. A construção da identidade moderna. Tradução: Adail Sobral e Dinah Azevedo. 3ed. São Paulo: Loyola, 2011.
- TURNER, V. "Dramas sociais e metáforasrituais" IN: *Dramas, campos e metáforas – ação simbólica na sociedade humana*. Niteroi, EDUFF, 2008.
- TURNER, Victor. "Liminaridade e "Communitas"; Humildade e hierarquia: a liminaridade de elevação e de reversão de status". In: \_\_\_\_\_. *O processo ritual: estrutura e anti-estrutura*. Petrópolis: Vozes, 1974, pp. 116-159 e 201-245.
- VALLADARES, Licia do Prado. *A invenção da Favela: "Do mito de origem a favela .com"*. Rio de Janeiro. FGV. 2005.
- VELHO, Gilberto. "Juventudes, projetos e trajetórias na sociedade contemporânea". In: ALMEIDA, Maria Isabel et al. (Org.). *Culturas jovens: novos mapas do afeto*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2006. p. 192-200.
- VIDAL, Lux. "Antropologia estética: enfoques teóricos e contribuições metodológicas". IN: VIDAL, Lux (org.). *Grafismo indígena*. São Paulo, EDUSP. 1992.
- WEITZ, Rose. *Rapunzel's daughters: what women's hair tells us about women's lives*. New York: Farrar, Straus and Giroux, 2004.
- WHYTE, William Foote. *Sociedade de esquina*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar. Ed., 2005.
- WOODWARD, Kathryn. "Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual". In: SILVA, Tomaz Tadeu da (org.). *Identidade e Diferença: a perspectiva dos estudos culturais*. Petrópolis: Vozes, 2000.

## ANEXO I - ROTEIRO DE ENTREVISTA

- 1- Qual sua idade?
- 2- Qual seu grau de escolaridade?
- 3- Qual sua religião?
- 4- Como você define sua etnia?
- 5- Mora na Babilônia ou Chapéu Mangueira?
- 6- Que você acha da quadra da Faetec?
- 7- Frequenta? Tem muitas festas lá?
- 8- Tem muitos salões de beleza perto da sua casa?
- 9- O que acha da proximidade com a praia?
- 10- Tem algum cuidado especial com o cabelo quando vai para a praia?
- 11- Qual cabeleireiro você vai? Quanto tempo frequenta?
- 12- Pinta ou já pintou o cabelo?
- 13- Você já fez alguma química relaxante/ alisante no seu cabelo?  
O que? Quando?  
Se sim, porque mantinha essa química?  
Se sim, quando começou a assumir o cabelo original?  
Se não, porque nunca mudou?
- 14- Já usou tranças ou apliques ?
- 15- Por que resolveu mudar a forma como usa o cabelo?
- 16- Já teve que mudar o cabelo pelo trabalho?
- 17- Qual reação dos seus empregadores quando começou a usar o cabelo sem química?
- 18- Acha que o modo que usa o cabelo interfere em sua religião?
- 19- Como foi sua transição?
- 20- Seu cabelo tem frizz?
- 21- O que acha disso?
- 22- Considera ele disciplinado?
- 23- Prefere volume ou definição? Porque?
- 24- Quais são os principais cuidados diários/ mensais com seu cabelo?
- 25- Usa alguma técnica de cuidado? Se sim, onde aprendeu? Utiliza a quanto tempo?
- 26- Consome algum produto específico? O que ele faz? Como chegou nele?
- 27- Como procura produtos para usar no seu cabelo?
- 28- Você procura a opinião antes de fazer algo no seu cabelo? Quem/ o que você consulta? (Pessoas, revistas, sites, blogs, anúncios, etc.).
- 29- Acha que gasta muito com seu cabelo? Porque?
- 30- tem algum canal sobre cabelos que você gosta?
- 31- Alguma pessoa famosa inspira seu cabelo?
- 32- Como classifica seu cabelo?
- 33- Gostaria de mudar algo nos seus cabelos?
- 34- Você já sofreu algum tipo de recriminação ou discriminação por causa do seu cabelo?
- 35- Qual seu ideal de beleza?