



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO
INSTITUTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS ADMINISTRATIVAS



Universidade Federal
Ouro Preto

**ESTUDO SOBRE A VALORIZAÇÃO DA ESTÉTICA NEGRA FEMININA POR
MEIO DA ACEITAÇÃO DO CABELO DE ORIGEM AFRO:
ORIENTAÇÕES PARA O MERCADO DE PRODUTOS PARA CABELOS AFRO**

SANDRA LUIZA DA PAIXÃO SOUSA

MARIANA

2019

SANDRA LUIZA DA PAIXÃO SOUSA

**ESTUDO SOBRE A VALORIZAÇÃO DA ESTÉTICA NEGRA FEMININA POR
MEIO DA ACEITAÇÃO DO CABELO DE ORIGEM AFRO:
ORIENTAÇÕES PARA O MERCADO DE PRODUTOS PARA CABELOS AFRO**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao curso Administração da Universidade Federal de Ouro Preto como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Administração.

Orientador: Prof. Dr. Raoni de Oliveira Inácio

MARIANA

2019



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO
REITORIA
INSTITUTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS E APLICADAS
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS ADMINISTRATIVAS

**FOLHA DE APROVAÇÃO****Sandra Luiza da Paixão Sousa****ESTUDO A VALORIZAÇÃO DA ESTÉTICA NEGRA FEMININA POR MEIO DA ACEITAÇÃO DO CABELO DE ORIGEM AFRO: orientações para o mercado de produtos para cabelos afro**

Membros da banca

Raoni de Oliveira Inácio - Doutor - UFOP
Carolina Machado Saraiva - Doutora - UFOP
Harrison Bachion Ceribeli - Doutor- UFOP

Versão final

Aprovado em 04 de dezembro de 2019

De acordo

Professor (a) Orientador (a) Raoni de Oliveira Inácio



Documento assinado eletronicamente por **Raoni de Oliveira Inacio, PROFESSOR DE MAGISTERIO SUPERIOR**, em 22/12/2019, às 11:58, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site http://sei.ufop.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **0030179** e o código CRC **3775A5DF**.

Referência: Caso responda este documento, indicar expressamente o Processo nº 23109.204262/2019-57

SEI nº 0030179

R. Diogo de Vasconcelos, 122, - Bairro Pilar Ouro Preto/MG, CEP 35400-000
Telefone: - www.ufop.br

AGRADECIMENTOS

O Senhor Deus me chamou, me ungiu, me enviou! Gratidão ao Pai, Filho e Espírito Santo que me concederam a graça de ser quem sou, de estar onde estou e poder concluir a minha primeira graduação. À Maria Santíssima que com Seu Manto Sagrado abriu caminhos e intercedeu por mim nos momentos em que eu mais precisei. Ao meu pai, Manoel Pedro, por todo amor e cuidado, pelo maior ensinamento de que, a essência da vida, encontra-se na humildade. À minha querida mãe Sônia, que toda gratidão do mundo não seria suficiente para agradecê-la, tamanha dedicação, cuidado e carinho. Que me ensinou a sempre respeitar as minhas origens e nos dias mais difíceis, me mostrou que a fé, caridade e oração são os principais pilares do amor verdadeiro.

Agradeço à minha família que me apoiou em todas as minhas escolhas. À minha tia Iris, por todas as deliciosas refeições que me preparastes, me dando não só forças físicas, mas também espirituais, através das palavras de incentivo e motivação. Ao meu irmão Pedro, por ser exemplo de pessoa, profissional e ser humano. À minha prima Cintia, à minha cunhada Maíra e aos meus sobrinhos Laura, Lavignia e Manoel. Ao meu amado, André Alvarenga que me trouxe apoio e compreensão de forma doce e amável. Aos meus familiares, aos meus amigos em especial, Talles, Mayara, Marcielly e Jacson que torceram por mim durante toda a caminhada.

À Universidade Federal de Ouro Preto - UFOP, ao campus Instituto de Ciências Sociais Aplicadas – ICSA por me conceder toda estrutura da minha formação. Aos meus mestres que muito me ensinaram, mostrando-me a janela da sabedoria e me incentivando a ser uma cidadã ética e digna na sociedade. Em especial ao meu mestre e orientador Raoni de Oliveira Inácio, por quem possuo profunda admiração, agradeço por me inspirar tantas palavras positivas e acolher com tanto zelo, meu tema e minha história de vida. Aos colegas de classe agradeço o companheirismo e trabalho em equipe durante todo o tempo. Deixo minha fiel amizade.

Aos meus ancestrais peço benção para falar sobre nós. Aos meus avós que aqui já não se encontram mais, Joaquim Pedro, Maria Ferreira, José da Paixão e Raimunda Maria, peço que intercedam a Deus por mim. A única certeza que tenho, é que neste momento tão significativo de minha vida, o único sentimento que carrego é a gratidão. Obrigada a todos àqueles que fizeram deste sonho, uma realidade possível!

*Quando a mulher negra se movimenta, toda a estrutura da
sociedade se movimenta com ela!*
Ângela Davis

*Quando o negro tiver poder econômico, o Brasil será a
principal economia global.*
Alexandra Loras

RESUMO

Dez mulheres negras que em suas vidas, foram por várias vezes vítima de subjugamentos sociais. Preconceitos relacionados à cor da pele e do gênero subalternizam suas representações na sociedade. Vê-se um crescente movimento significativo de reafirmação da estética negra, na utilização do cabelo afro e suas vertentes, permitindo um processo de autoafirmação e “empoderamento” diante da sociedade. A presente pesquisa tem como objetivo compreender como a aceitação da estética negra influencia o mercado de produtos para cabelos afros. A coleta de dados realizou-se através de entrevistas em profundidade atrelado ao método de análise de conteúdo. O processo da tríade de codificações: aberta, axial e seletiva, permitiu apresentar três categorias de análises e subcategorias. Para exploração das narrativas utilizou-se o método de análise de conteúdo, visando total zelo às experiências narradas pelas entrevistadas. Como resultados tem-se que: a) a aceitação do cabelo natural de origem afro tem um importante simbolismo na construção da autoestima das mulheres negras; b) o empoderamento feminino por meio da aceitação do cabelo de origem afro favorece o surgimento de novos produtos no mercado; c) as empresas e o mercado possuem dificuldades para reconhecer os desejos e o potencial das consumidoras negras. As discussões aprofundadas dos resultados do trabalho, bem como implicações e propostas para pesquisas futuras são apresentadas ao final deste estudo.

Palavras – chave: mulher negra; empoderamento; consumo; cabelos afro.

ABSTRACT

Ten black women who in their lives have often been the victims of social subjugations. Prejudices related to skin color and gender subordinate their representations in society. There is a significant growing movement of reaffirmation of black aesthetics, in the use of afro hair and its strands, allowing a process of self-affirmation and “empowerment” before society. This research aims to understand how the acceptance of black aesthetics influences the market for hair care products. Data collection was performed through in-depth interviews linked to the content analysis method. The coding triad process: open, axial and selective, allowed to present three analysis categories and subcategories. For the exploration of the narratives we used the content analysis method, aiming at total care the experiences narrated by the interviewees. As a result we have that: a) the acceptance of natural hair of African origin has an important symbolism in the construction of self-esteem of black women; b) female empowerment through the acceptance of afro-origin hair favors the emergence of new products in the market; c) companies and the market have difficulty recognizing the desires and potential of black consumers. In-depth discussions of the results of the work, as well as implications and proposals for future research are presented at the end of this study.

Keywords: black woman; empowerment; consumption; afro hair.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

| | |
|---|----|
| Quadro 1 - Perfil das entrevistadas | 13 |
| Quadro 2 - Quadro sintético de entrevistas | 14 |
| Figura 1 - Processo de codificação dos dados | 15 |
| Figura 2 - Modelo conceitual: As relações entre categorias e subcategorias da análise..... | 16 |
| Figura 3 - Tríade de codificação dos dados..... | 16 |
| Figura 4 - Processo de transição capilar | 20 |
| Figura 5 - Sistema de Classificação dos cabelos Andre Walker | 26 |
| Figura 6 - Dinâmica do processo de apreciação da estética do cabelo negro feminino a partir da visão da teoria das relações sociais | 27 |

SUMÁRIO

| | |
|---|----|
| 1. INTRODUÇÃO | 8 |
| 2. TEORIA DAS REPRESENTAÇÕES SOCIAIS E ESTÉTICA FEMININA NEGRA: VALORIZAÇÃO DA IDENTIDADE POR MEIO DO CABELO | 10 |
| 3. AUTOESTIMA | 11 |
| 4. EMPODERAMENTO: (RE)CONSTRUÇÃO DOS PADRÕES DE BELEZA DOS CABELOS DE ORIGEM AFRO | 12 |
| 5. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS | 13 |
| 6. ANÁLISE DOS RESULTADOS | 17 |
| 6.1 AUTOESTIMA A PARTIR DA ESTÉTICA DO CABELO NEGRO FEMININO | 17 |
| 6.1.1 Transição Capilar | 19 |
| 6.1.2 Aceitação | 20 |
| 6.2 EMPODERAMENTO FEMININO NEGRO | 21 |
| 6.2.1 A (não) ditadura do Cabelo | 22 |
| 6.2.2 Mídias | 23 |
| 6.3 INDÚSTRIA DA BELEZA E O MERCADO DE PRODUTOS PARA CABELOS AFRO | 24 |
| 6.3.1 Ausência de pluralidade do mercado | 25 |
| 7. CONSIDERAÇÕES FINAIS | 28 |
| REFERÊNCIAS | 30 |

1. INTRODUÇÃO

Caro leitor, pense que você é uma mulher negra, além disso, pense que você, ao longo de sua vida, foi e é por várias vezes vítima de preconceitos e subjugamentos sociais. E, que, essas condições podem ser refletidas na tentativa de inferiorização da sua estética por parte da sociedade. Imagine conviver diariamente, desde a infância, com comentários: “seu cabelo é ruim”, “seu cabelo deveria ser alisado”, “seu cabelo natural não é apresentável”. Isso poderia resultar na investigação de como a discussão sobre a aceitação e apreciação da estética do cabelo negro feminino pode impulsionar o mercado a ter uma nova percepção sobre o desenvolvimento de produtos capilares afro. A questão decorrente dessa premissa é como fazer isso. Note também que, atualmente, a sociedade está mudando e a influência feminina é cada vez mais clara nas organizações. E, o que antes era marginalizado pôde-se entrar em discussão.

O retrato da mulher negra brasileira se faz marcado pelas inúmeras desigualdades sociais e discriminações presentes em seu dia-a-dia. (LAYTON e SMITH, 2017; BURGARD et al., 2017). O racismo e o preconceito decorrentes da cor da pele e do gênero pesam sobre os ombros das que trazem consigo o fenótipo e as características negroides. Nos últimos anos, empresas do ramo de cosméticos observaram a crescente busca de mulheres negras pela representatividade. A participação das mulheres negras em propagandas subiu de 4% para 16% nos últimos três anos (AGÊNCIA HEADS, 2018). Estudos apontam que cerca de 90% das mulheres negras preferem utilizar produtos que elevem sua autoestima (INSTITUTO LOCOMOTIVA, 2019). Em meio à crise econômica que atingiu o país, a população negra movimentou no mercado de consumo cerca de R\$ 1,6 trilhões, o que equivale a 24% do PIB brasileiro e representa um crescimento de 7 pontos percentuais, comparado aos anos anteriores (INSTITUTO LOCOMOTIVA, 2017).

No Brasil há uma conotação de feminilidade e sensualidade atribuída ao cabelo, o qual passa a ser incluído nos padrões normativos sociais. Padrões conhecidos por definições como “cabelo bom”, “cabelo que balança”, “cabelo sensual” (CRUZ e FIGUEIREDO, 2015). O cabelo se mostra um importante elemento constitutivo da identidade negra, visto que a partir da utilização e aceitação tornam-se significativos para autoestima, consumo e orgulho pessoal (REZENDE, 2017). Este elemento é um símbolo de enfrentamento ao racismo, pois muitas vezes é visto como um símbolo negativo de cor, gênero, classe e passam a ser manipulados

com a intenção de se tornar menos crespos ou para que seja modificado seu valor simbólico social (CRUZ e FIGUEIREDO, 2015).

A transformação do pensamento das mulheres negras passa a ser exercida a partir da aceitação do natural, daquilo que se é. Pressupõe-se que atualmente também há um novo papel de contribuição do comportamento da mulher negra para o campo do comportamento do consumidor. O resgate de posicionamento e empoderamento nas mais diversas questões sociais, reiterando a condição do agente individual na sociedade, como gerador de mudanças, e detentor da capacidade de influência no seu entorno através de transformações sociais, tornaram as mulheres sujeitos fortalecedores de sua condição no contexto social (KURTIŞ, ADAMS, ESTRADA - VILLALTA, 2016; MARTINS, 2003).

Como as mulheres e a população negra são a maioria no Brasil (IBGE, 2017; PNAD, 2018) e se sentem incompreendidas pelas marcas e produtos disponíveis no mercado devido a não representatividade da sua identidade (INSTITUTO LOCOMOTIVA, 2019), três premissas podem ser decorrentes de tal contexto. A primeira é que torna-se contraditório entender a população negra como nicho de mercado. A segunda é que há uma demanda reprimida de produtos de estética negra feminina, o que pode representar uma oportunidade a ser explorada pelas empresas. E, em terceiro é que a população negra não é uma força mercadológica decorrente somente da demografia, mas sim da identificação com suas características físicas e reivindicações históricas de direitos.

Além da importância prática, o presente artigo tem triplo destaque teórico. Acrescenta à teoria das representações sociais o aspecto da identidade negra; trata-se de observar a relação entre as raízes e história de um grupo e aceitação de suas características estéticas. Uma segunda contribuição é apresentar uma proposta qualitativa de estudo que possa ser testado posteriormente quantitativamente. E, por fim, busca auxiliar na compreensão das relações de consumo não a partir da demografia, mas sim de aspectos sociais e culturais. A divisão do trabalho é feita da seguinte forma: introdução constando apresentação do tema e objetivos abordados na pesquisa, posterior, apresenta-se a revisão teórica e em seguida, métodos e resultados. Ao final, aponta-se as considerações finais, ressaltando as conclusões a cerca do estudo realizado.

2. TEORIA DAS REPRESENTAÇÕES SOCIAIS E A ESTÉTICA FEMININA NEGRA: VALORIZAÇÃO DA IDENTIDADE POR MEIO DO CABELO

A teoria das representações sociais é demonstrada por meio de

(...) um conteúdo mental estruturado – isto é, cognitivo, avaliativo, afetivo e simbólico – sobre um fenômeno social relevante, que toma a forma de imagens ou metáforas, e que é conscientemente compartilhado com outros membros do grupo social (WAGNER, 1998, p. 3).

Para Abric (1994a) e Villas Bôas (2004) as representações sociais são resultantes de um processo mental que confronta e reformula aquilo que se pensa sobre a realidade e, com isso, tem-se um significado peculiar. É uma teoria de construção dos saberes sociais que, considera as características humanas como forma de representatividade social (JOVCHELOCITCH, 2004; DUVEEN, 2003), bem como o cotidiano, a vida das pessoas e momentos históricos culturais que fundamentam representações sociais (VILLAS BÔAS, 2004).

As diferenças de legitimação e poder na sociedade possibilitam que grupos sociais hegemônicos subjuguem estereótipos que não são entendidos como aceitáveis e associados ao convívio social. A estética esteve e se mantém inseparável de culturas e povos como símbolo de ideologias políticas, econômicas, disputas territoriais e autoafirmação da diversidade étnica dos grupos (GOMES, 2003). A ressignificação do uso de cabelos, vestimentas e artigos que remetem a cultura africana são movimentos estéticos percorridos pela cultura negra como forma de autoafirmação da identidade e autoestima dos indivíduos na sociedade (MATTOS, 2015).

As diferentes formas de manipulação dos cabelos como tocar, organizar esteticamente e pentear são atividades antigas e tradicionais que representam diferenciação de grupos sociais (LODY, 2004; SHINODA, 2017). Está cada vez mais comum observar pessoas utilizando cabelos *black power*, cabelos com turbante, tranças rastafári ou nagô como forma de reconhecimento identitário (PIRES, 2015). Isso se configura como uma tradição feminina negra repassada pela família e que por meio do simbolismo, memória e significados de pertencimento movimentam a produção e consumo de produtos voltados para a beleza de cabelos negros (ALMEIDA, 2011).

O consumo gera hierarquia e status não somente entre classes sociais, mas também de cor e etnia (SANSONE, 2000). O sinônimo de consumidor por muitos anos foi negado aos negros e utilizado como forma de exclusão dessa população (BARBOSA e CAMPBELL,

2006). Atualmente, nota-se que parte da população negra inserida na cultura de consumo relaciona o poder de compra com a beleza e utiliza essa ligação como movimento de resistência racial (MIZRAHI, 2015). De forma prática, a expressão “cabelos cacheados” no ano de 2018 pela primeira vez teve mais procura no site Google do que a busca por “cabelos lisos” (OLIVEIRA, 2018). Apesar do Google ser um site de busca, o mesmo reflete um potencial comprador e é utilizado por grandes empresas para obter indicadores do mercado. Dessa forma, tem-se as duas primeiras proposições do estudo: P1: Valorizar características físicas negras como forma de identidade étnica eleva a predisposição das mulheres a assumirem cabelos de origem afros; P2: Assumir o cabelo natural como aspecto representativo da identidade negra leva a um interesse em consumir produtos capilares voltados para cabelos de origem afros.

3. AUTOESTIMA

A autoestima representa um aspecto avaliativo do autoconceito e consiste num conjunto de pensamentos e sentimentos referentes a si mesmo (ROSENBERG, 1965). Trata-se, portanto, de uma orientação positiva (autoaprovação) ou negativa (depreciação) de voltar-se para si mesmo e, nesta concepção, a autoestima é a representação pessoal dos sentimentos gerais e comuns de autovalor (KERNIS, 2005).

A autoestima é uma característica que foi associada aos níveis de bem estar e à felicidade das pessoas (FREIRE e TAVARES, 2011) como forma de aliviar o sofrimento humano e promover o funcionamento ótimo dos indivíduos (GABLE e HAIDT, 2005). De forma prática, a autoestima influencia no bem-estar subjetivo (hedonismo) e o bem-estar psicológico (eudaimonia) (MYERS e DIENER, 1995). O primeiro sustenta gratificações mais imediatas e o segundo se relaciona com o sentimento de autorrealização (RYFF, 1989; JOSHANLOO, 2019).

As pessoas que demonstram maior autoestima geralmente têm maior significado na vida (YU e CHANG, 2018). Isso possibilita considerar que o fator principal da autoestima é o equilíbrio entre a valoração do outro, aceitação de si mesmo, eleição de metas e projeções do futuro (SBICIGO, BANDEIRA e DELL’AGLIO, 2010). Alguns estudiosos analisam a autoestima como um traço (envolve certa estabilidade durante um período de tempo) e estado (envolve reações a circunstâncias ou acontecimentos da vida) (HARTER e WHITESELL, 2003; SBICIGO; BANDEIRA e DELL’AGLIO, 2010).

Poucos elementos impactam na autoestima da mulher como os cabelos. A aceitação de cabelos naturais de origem negra pode refletir uma mudança de paradigma para as mulheres negras e, aparentemente tem como um dos fundamentos a autoestima. O cabelo natural de origem negra passou a ter conotação de uma imagem que serve como referência que contrapõe o cabelo liso e transmite significado do que é “ser negro”, ou seja, é uma forma de demonstração de autoestima (SANTOS, 1999; GORDON, 2013).

4. EMPODERAMENTO: (RE)CONSTRUÇÃO DOS PADRÕES DE BELEZA DOS CABELOS DE ORIGEM AFRO

O presente estudo adotou como definição de empoderamento “a capacidade de grupos e indivíduos alcançarem objetivos coletivos e individuais, respectivamente” (GRAM, MORRISON e SKORDIS-WORRAL, 2018, p. 1352). Segundo os mesmos autores, essa definição leva a considerar que o empoderamento coletivo eleva-se na medida em que aumenta-se o empoderamento individual, desde que os objetivos individuais e coletivos sejam congruentes.

O empoderamento feminino envolve um processo plural e consciente que se relaciona com as crenças, comportamentos individuais e coletivos inseridos em um contexto social (HUIS et al. 2019). Através disso as mulheres têm oportunidades de conseguir alcançar objetivos que antes eram negados a elas (HUIS et al., 2019).

As mulheres negras estão cada vez mais se mobilizando por meio da “Marcha das mulheres negras” para questões que afetam majoritariamente esse grupo social (AGÊNCIA BRASIL, 2017). Nesse movimento notam-se cabelos de origem afro e o uso de turbantes que representam a origem e caracterizam esse público. A disposição da sociedade e de grupos sociais aderirem a esse processo aumenta notoriamente a capacidade individual de outras mulheres negras aderirem a esse movimento.

De certa forma o empoderamento das mulheres é reconhecido como um amplo objetivo político global (ONU, 2015). Apesar de divergências quanto ao conceito e aplicações, é consensual que o empoderamento feminino possibilita que as mulheres alcancem resultados quando defrontadas com impedimentos (GRAM, MORRISON e SKORDIS-WORRAL, 2018). Um exemplo disso é que as mulheres não negras e/ou que não possuam características físicas negras geralmente não se deparam com a inquietude proporcionada pelo sentimento latente de aversão social com relação a peculiaridades do seu

cabelo. No entanto, apesar da existência das barreiras sociais, nota-se cada vez mais a ampliação de discussões sobre situações como essas, pois, não deixam de ser questões coletivas.

Como as mulheres negras fazem parte de um grupo exposto a experiências habituais de opressão sistêmica, elas buscam muitas vezes empoderar a si e as outras por meio de um conjunto de práticas que visa a emancipação sociopolítica (BERTH, 2018). E, para isso demonstram através de seu cabelo a representatividade de sua origem, bem como a desnaturalização das relações sociais desiguais. Com fundamento nesses aspectos tem-se a terceira, quarta e quinta proposições do estudo: P3: O empoderamento coletivo da mulher negra aumenta na medida em que eleva-se o seu empoderamento individual;

P4: A demonstração de aceitação individual do cabelo natural feminino de origem afro é observada como uma forma de empoderamento pelas mulheres que têm cabelos de origens negra; P5: A aceitação do cabelo natural feminino de origem afro eleva o empoderamento e reduz a possibilidade de surgimento de uma possível obrigatoriedade (padrões de beleza) de utilização de cabelos de origem afro pelas mulheres de origem negra.

5. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O presente estudo se caracteriza como uma pesquisa qualitativa que tem como método a análise de conteúdo. Para isso foram realizadas entrevistas com 10 mulheres autodeclaradas negras, detentoras de diferentes ocupações, moradoras das cidades de Mariana, Ouro Preto, Conselheiro Lafaiete e Belo Horizonte no estado de Minas Gerais. Estas, por sua vez, participaram voluntariamente das entrevistas, sendo as mesmas realizadas em suas residências ou em locais de conveniência para elas. Essa estratégia foi implementada com a finalidade de fazer com que as entrevistadas lembrassem-se de fatos e situações que não seria possível em ambientes nos quais elas não se sentissem seguras para colaborar com a pesquisa. No quadro 1, encontra-se no quadro o perfil de cada uma das entrevistadas.

Quadro 1 – Perfil das entrevistadas

| Entrevistadas | Idade | Ocupação | Grau de Escolaridade |
|----------------|---------|---------------------------------|----------------------------|
| Entrevistada 1 | 69 anos | Cabelereira aposentada | Ensino Fundamental |
| Entrevistada 2 | 34 anos | Ex-cabeleireira | Ensino Superior Incompleto |
| Entrevistada 3 | 36 anos | Empreendedora e Coaching | Ensino Superior Completo |
| Entrevistada 4 | 27 anos | Compradora | Ensino Superior Incompleto |
| Entrevistada 5 | 32 anos | Dentista | Ensino Superior Completo |
| Entrevistada 6 | 21 anos | Estudante | Ensino Superior Incompleto |
| Entrevistada 7 | 32 anos | Cabeleireira | Mestrado |
| Entrevistada 8 | 33 anos | Profissional de Educação Física | Ensino Superior Completo |
| Entrevistada 9 | 17 anos | Estudante | Ensino Médio |

| | | | |
|-----------------|---------|-----------------------|----------------------------|
| Entrevistada 10 | 32 anos | Técnica em enfermagem | Ensino Superior Incompleto |
|-----------------|---------|-----------------------|----------------------------|

Fonte: Elaborado pela autora.

As entrevistas foram coletadas de julho a outubro de 2019. A escolha pelas mulheres em questão se deu pela acessibilidade às mesmas, algumas presenciais, outras intermediadas através de instrumentos de comunicação à distância. O contato das entrevistadas seguiu o princípio da bola de neve, no qual, uma indicou a outra. Levou-se em consideração também, a disponibilidade de agenda, localização próxima, solicitude e abertura às questões propostas no trabalho. Todas as entrevistas foram gravadas mediante autorização das entrevistadas, as quais não quiseram se identificar através de seus nomes, devido a isso serão enumeradas conforme o quadro anterior. Tais entrevistas foram transcritas, codificadas e analisadas separadamente. No quadro 2 pode-se observar a duração de cada entrevista, bem como datas em que foram realizadas.

Quadro 2 – Quadro sintético de entrevistas

| Entrevistada | Data da Entrevista | Tempo de Narrativa |
|---------------------|---------------------------|---------------------------|
| Entrevistada 1 | 23 de julho de 2019 | 1h15min |
| Entrevistada 2 | 23 de julho 2019 | 40min38s |
| Entrevistada 3 | 31 de julho de 2019 | 55min44s |
| Entrevistada 4 | 31 de julho de 2019 | 1h05min |
| Entrevistada 5 | 14 de agosto de 2019 | 1h59s |
| Entrevistada 6 | 04 de agosto de 2019 | 1h23min |
| Entrevistada 7 | 04 de agosto de 2019 | 1h44s |
| Entrevistada 8 | 30 de agosto de 2019 | 58min46s |
| Entrevistada 9 | 30 de agosto de 2019 | 1h30min |
| Entrevistada 10 | 13 de outubro de 2019 | 50min03s |

Fonte: elaborado pela autora.

O roteiro de entrevistas foi elaborado baseado na *grand tour question* (MCCRACKEN, 1988): *Conte-me um pouco mais sobre quem é você?* Tal questão posta inicialmente possuiu como principal intuito transmitir às entrevistadas confiança, descontração e desinibição, de modo que pudessem responder as perguntas com total liberdade. Após a pergunta inicial, as entrevistas foram conduzidas como uma conversa, permitindo também ao entrevistador explorar construtos importantes emergidos dos relatos expostos. Desta forma, o desenvolvimento da entrevista se deu por questões de estímulos, esse procedimento foi conduzido para que as entrevistadas se encorajassem a responder perguntas ligadas a temática proposta.

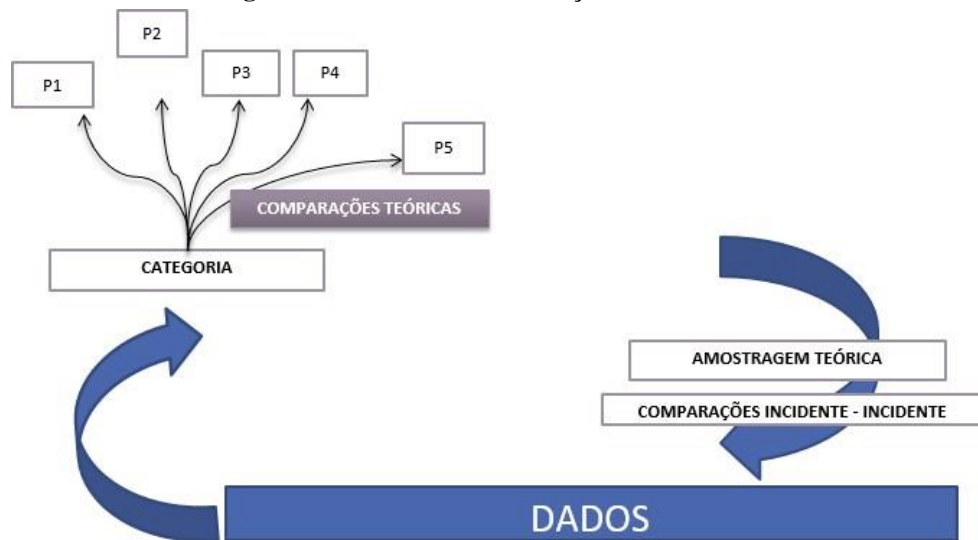
A identificação das categorias de análise durante o processo de codificação seguiu cinco parâmetros indicados por Janis (1982) e Carlomagno e Rocha (2016): 1) Norma de inclusão e exclusão (objetividade); 2) Norma de exclusividade (as categorias são mutuamente excludentes); 3) Norma de homogeneidade; 4) Norma de exaustividade (contemplar conteúdos possíveis) e; 5) Norma de objetividade. Para atender a esses preceitos relevaram-se

as contradições apontadas nos movimentos de identidade cotidianos em estudos sobre gênero e estudos culturais que envolvem origem, cor da pele, etc. (RIBEIRO et. al., 2019), pois assim pôde-se “expandir as categorias de análise de maneira a dar expressão à experiência vivida e compreender de que maneira raça, classe e gênero convergem” (YARBRO-BEJARANO 1994, p. 6).

Ao ter tal processo em mente procedeu-se com a codificação por meio de três etapas. A primeira foi a codificação aberta, na qual, pôde-se a partir do conteúdo das entrevistas realizar a microanálise dos dados com códigos para gerar as categorias. Na microanálise também observou-se a compatibilidade dos dados com parte da teoria (amostragem teórica) proposta para o estudo. A partir disso pôde-se notar uma equivalência entre teoria e prática.

Na segunda etapa, denominada de codificação axial, foi realizada outra microanálise com o intuito de reafirmar categorias de análises, descobrir subcategorias e testar as proposições do estudo. Por meio de análises teóricas, amostragem e comparações incidente – incidente geraram-se códigos conceituais que foram agrupados em categorias e originaram conceitos superiores. Tais procedimentos são demonstrados na figura 1:

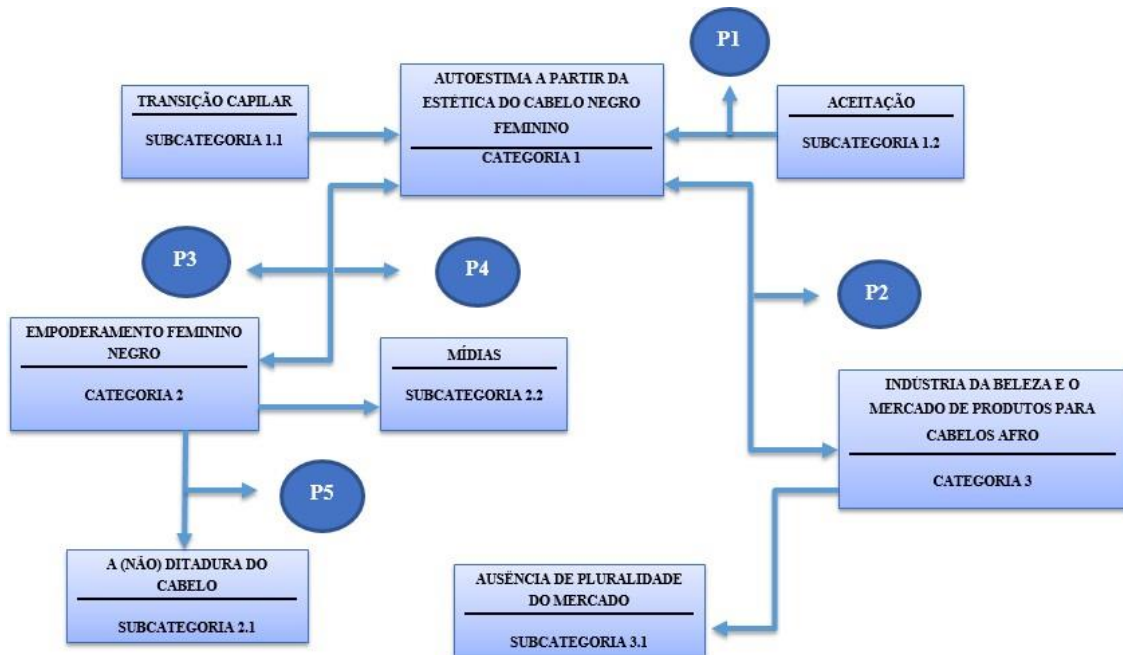
Figura 1 – Processo de codificação dos dados.



Fonte: Elaborado pela autora.

Com isso, foram identificadas 3 categorias de análises e 5 subcategorias, que, juntamente com o conteúdo que as originou e uma nova amostragem teórica confirmam as proposições P1, P2, P3, P4 e P5. O processo de origem das categorias e subcategorias, bem como as relações com as proposições do estudo podem ser observadas na figura 2:

Figura 2 - Modelo conceitual: As relações entre categorias e subcategorias da análise.



Fonte: Elaborado pela autora.

A última etapa, denominada de codificação seletiva, foi responsável pelo refinamento dos aspectos teóricos e uma terceira amostragem teórica. Esse processo, juntamente com as etapas anteriores concedeu ao presente estudo a saturação e validação das categorias de análise. De forma, pode-se observar as etapas de geração das categorias de análise por meio da figura abaixo:

Figura 3 – Tríade de codificação dos dados.



Fonte: Elaborado pela autora.

6. ANÁLISE DOS RESULTADOS

6.1 AUTOESTIMA A PARTIR DA ESTÉTICA DO CABELO NEGRO FEMININO

O cabelo crespo como um dos principais argumentos usados para retirar o negro do lugar da beleza expressa a maneira tensa e conflituosa de aceitar o corpo enquanto uma dimensão exterior e interior da negritude (GOMES, 2003). A primeira categoria reafirma o reestabelecimento de uma autoestima negada por muitos anos, das quais as mulheres entrevistadas se recordam dos traumas vivenciados em detrimentos das modificações capilares e comparam aos avanços atuais, que influenciam diretamente no processo do bem-estar individual e coletivo das mulheres negras.

(...) antes eu via meu cabelo... nossa que cabelo feio né não, sei lá. Que era uma coisa a ser escondida e a ser modificada, tanto que eu relaxei por muitos anos e com essa onda de BC (big chop) e tudo é que eu acabei me sentindo estimulada a deixar meu cabelo natural, fora as raivas que a gente passa... queimação, tudo de três em três meses gastando rios de dinheiro pra deixar o cabelo que não é, a trabalhadeira que dava... cabelo quebrando, tentando se encaixar num padrão (ENTREVISTADA 5, 2019).

(...) Hoje eu me sinto bem pra caramba! Então eu me sinto bem realizada também, mas nem sempre foi assim porque eu lembro que eu tinha uns 12, 11 anos estava naquela de alisar cabelo, de fazer tal coisa pra tentar me adequar em um sistema que no final das contas ia falar ‘E ai, não vai dar!’ porque você pode tentar fazer 300 coisas que você nunca vai tá dentro de um padrão que as pessoas esperam que seja o bonito e que seja o aceitável e toda essa questão (ENTREVISTADA 9, 2019).

A descrição acima demonstra um processo de transição de estereótipos impostos pela sociedade para a aceitação de características que referenciam o negro e o autodeterminam. Historicamente os negros têm suas raízes, costumes e características oprimidas, o que resulta na anulação de suas peculiaridades. Para Fanon (2008, p. 186) isso resultou por muito tempo em uma alteração psíquica do negro, pois, “o negro, mesmo sendo sincero, é escravo do passado” que o condenava ao comportamento social compulsório.

Os grupos sociais encontram em formas de representação sentidos que por sua vez geram consequências (FERNANDES e DE SOUSA, 2016). Muitas vezes tais representações se destacam e acabam por se estabelecerem como expressões sociais (LOURO, 2000). Os relatos das entrevistadas 5 e 9 demonstram que o cabelo feminino de origem negra é por muitas vezes submetido a discussões sociais de origem eurocêntrica sobre “normalidade” e

“anormalidade”. E, o que não se enquadra nessa percepção é caracterizado como não aceitável ou fora do comum (BUTLER, 2000; FERNANDES e DE SOUSA, 2016).

A demonstração do cabelo natural de origem afro tem um importante simbolismo na construção da autoestima das mulheres negras. A utilização de cabelos afros além de diferenciar do cabelo “liso” ocidental o coloca em condições “igualitárias” de hierarquização social (SANTOS, 1999). Talvez, a utilização de um cabelo “liso” possa representar em um primeiro momento uma sensação de conforto pessoal e admiração do coletivo. Tal situação pode ser demonstrada no relato abaixo:

(...) quando minha mãe fazia tranças e ‘pituquinhas’, eu lembro do rapaz até hoje...dois dos rapazes que foram que a minha mente guardou e eles sentavam na cadeira de trás lá da escola, e eu sempre quando eu chegava eu procurava sentar longe deles porque eu sabia. Eu chegava na escola com medo e quando a minha mãe fazia aquelas pituquinhas dos dois lados, eles ficavam fazendo BOM...BOM (reproduzindo buzina de carro), colocavam apelidos que eu acredito que todo mundo quando estava na escola sofria com isso. As trancinhas, eles mexiam da mesma forma...puxavam as trancinhas, na verdade a grande maioria das meninas que estudavam na minha sala eram brancas de cabelo liso e eu já ouvi várias vezes, vários comentários falando que o cabelo negro é um cabelo ruim ou falando assim ‘Até que seu cabelo não é tão ruim! (...) Antigamente, a sociedade impunha coisas pra gente... a sociedade dizia ó: ‘Você (...) ou qualquer outro negro, você tem que ter cabelo liso’, ‘Você tem que fazer escova.’, ‘(...)’. Então antigamente eu fui entrando nos padrões que a sociedade foi me colocando e aí eu pensava ‘Eu tenho que ser aceita pela sociedade, pra eu ser aceita então eu vou relaxar meu cabelo.’ (ENTREVISTADA 8, 2019).

No entanto, nota-se que tais fatos não impactavam na autoestima, pois, apesar de refletir um senso comum, não representava um autoconceito simbólico de suas origens. Além disso, não continha um sentimento de autorrealização (RYFF, 1989) e equilíbrio entre aceitação de si e valorização do outro (SBICIGO; BANDEIRA; DELL’AGLIO, 2010). A partir de outro relato, observa-se que tais preceitos que fundamentam a autoestima começam a ser revelados com a aceitação e apreciação do cabelo natural de origem afro e, outra relação entre a percepção social e coletiva diante do formato do cabelo começa a emergir.

(...) Apesar de ter a questão da moda e quando a gente fala que tá na moda pode soar um pouco negativo mas é importante que nós estamos vivendo um momento em que a estética negra tá na moda e que bom isso né. E a mulher negra tá podendo olhar no espelho e ver não só o seu cabelo, porque isso começa no cabelo, mas começa a ver os seus traços, seu tipo físico como algo bonito e isso é importante e as pessoas no entorno passam a nos enxergar...enxergar nossa beleza, né?! (ENTREVISTADA 7, 2019).

(...)Todas as vezes que eu via, a pessoa usava algum tipo de adereço... seja trança ou outra coisa. Nisso eu falei: ‘Vou começar usar isso.’ Porque eu queria o cabelo grande, só que isso pra mim era ruim aí quando eu coloquei não conseguia ficar sem mais e eu me vi presa e eu pensava que estava me prendendo em uma coisa que eu não sairia mais... E eu pensava ‘O que fulano vai achar de mim se me ver sem o

megahair (alongamento do cabelo)?’, foi aí que eu comecei a me aceitar e parar de ouvir o que as pessoas diziam. Aí eu comecei esse processo, foi fácil? Não foi. Mas depois que eu assumi eu comecei a ser resistente aí a minha autoestima pra mim não importa mais se eu agrado ou não agrado, se eu posso estar naquele ambiente que dizem que negro não pode frequentar, isso pra mim começou a não me importar mais aí minha autoestima foi lá em cima (ENTREVISTADA 8, 2019).

As mulheres entrevistadas se orgulham de ter percorrido todo um caminho da aceitação para obterem como consequência a autorrealização e autoestima. O cabelo é um elemento que além de representar tal processo expressa a compreensão das relações entre o negro e a sociedade. “Os cabelos são considerados em diversas culturas como elementos marcantes da construção da beleza feminina” (KING, 2015, p. 8),

(...) a gente vem abraçando cada vez mais a liberdade e não é simplesmente você poder usar o seu cabelo do jeito que ce (você) quer ou usar o seu cabelo do jeito que ele é. A liberdade é espiritual, é ser quem você é. Eu quero ter o meu cabelo real, hoje ele tá assim cheio de frizz... com a cutícula toda aberta e porque que alguém vai falar pra mim, penteia o seu cabelo... esse tipo de liberdade é espiritual mesmo, na minha opinião (ENTREVISTADA 3, 2019).

Hoje, eu estou muito bem com a minha autoestima. Eu passei pelo processo de transição capilar, porém como eu mesma acabo fazendo as coisas no meu cabelo, eu sempre cortava porque acaba que eu pude me libertar e eu me encontrei(...) (ENTREVISTADA 2, 2019).

6.1.1 – Transição Capilar

A transição capilar corresponde ao abandono de produtos químicos relaxantes e posterior corte do cabelo bem curto para a retirada dos fios alisados. Para essas mulheres, a transição capilar possuiu um grande significado de transformação estética.

(...) então quando eu cortei o cabelo, tudo que eu ouvi é que eu era louca, que meu cabelo não ia crescer, que estava feio, que era melhor escovado. (...) Durante o processo de transição é um pouco difícil (ENTREVISTADA 4, 2019).

(...) então, o processo de transição é um processo muito difícil porque você tem que olhar no espelho e dizer ‘Agora essa sou eu!’, ‘Eu não estou assim porque a pessoa que eu sigo no instagram é assim ou porque eu sou obrigada a usar determinado creme’. Você se identifica, mas não é um processo fácil, porque a gente procura aceitação. (ENTREVISTADA 8, 2019).

O processo de transição capilar e demonstração da estética do cabelo negro feminino podem ser observados por meio das fotos abaixo:

Figura 4 – Processo de transição capilar.



Fonte: Arquivo pessoal de uma das entrevistadas.

Para as mulheres negras, o corte de cabelo muito curto tem implicações diretas a sua feminilidade, sendo o cabelo parte do corpo e “balançar o cabelo”, mais que uma técnica, é uma representação social de determinada manifestação simbólica (CRUZ e FIGUEIREDO, 2015). Por isso, realizar a transição é mais que um simples gesto físico, mas uma forma de exprimir crenças, comportamentos e emoções autossignificantes como o orgulho e confiança.

Os relatos juntamente com as imagens possibilitam afirmar que o processo de transição capilar envolve situações de desestabilização e estabilização emocional das mulheres. Tal constatação torna-se importante porque pode sugerir uma associação subjetiva (satisfação com a vida) e psicológica a partir de que se verifica a eudaimonia por meio da felicidade nas mulheres que assumiram seus cabelos naturais.

6.1.2 - Aceitação

Observa-se que, apesar dos relatos apresentarem dificuldades durante a etapa de transição, tem em comuns aspectos de valoração, emoção e, conseqüente elevação da autoestima e sensação de bem-estar. Isso também pode ser notado na transcrição abaixo:

(...) Hoje depois que eu terminei a transição e estou com meu cabelo natural há cinco anos, eu cortei o meu cabelo duas vezes (durante a transição), então ele tá crescendo graças a Deus! Hoje eu tenho um movimento muito melhor do que ele tinha quando eu relaxa ele com produtos químicos. Esse período de cinco anos foram períodos de lágrimas e choros, até eu conhecer a textura do meu cabelo, até eu entender que o meu cabelo não é cacheado, que ele é crespo e que tem essa diferença. (ENTREVISTADA 4,2019).

(...) aquele cabelo que é o patinho feio da história porque na transição você passa pela fase do patinho feio e é naquela fase ali quando eu vi a borboleta alçando vôo (ENTREVISTADA 3, 2019).

A justificativa de aceitação como subcategoria está na relação da persistência das mulheres negras em manter a singularidade de seus cabelos. Nesse contexto está a possibilidade de se distanciar de um padrão estabelecido socialmente e promoção da autenticidade do seu cabelo entendendo como ele é.

6.2 EMPODERAMENTO FEMININO NEGRO

A mulher negra sempre foi submetida a imposições de beleza oriundas de padrões sociais (GOMES, 2003). Na segunda categoria, as mulheres entrevistadas expõem um sentimento contrário em relação a padrões etnocêntricos que lhes é imposto, além de valorizarem a representatividade que o cabelo de origem afro demonstra e buscarem estimular outras mulheres que tenham o mesmo tipo de cabelo.

(...)Acho que a representatividade, ela veio e graças a Deus a gente tem uma luz no fim do túnel pra que as coisas não voltem ao que era antes... a gente não tinha voz ativa. A gente vê muitas meninas hoje, tentando uma carreira, e elas chegando com todo empoderamento, isso é muito importante! Acho que a gente tá no caminho certo em preservar a nossa cultura, a nossa raça, mas sabermos que nós temos a nossa crença, a nossa raça, o nosso cabelo que é o mais importante. (ENTREVISTADA 2, 2019).

A beleza é ampla, eu acho que a gente tem que acreditar em nós mesmas, a gente (nós) somos mulheres, a gente tem que se empoderar e empoderar outras meninas também, pra gente levar essa questão pra outras pessoas também para elas terem esse conhecimento acerca dos cabelos e mostrar que elas são lindas do jeito que elas são (...) Eu tenho uma amiga chamada Regiane (nome fictício) que me fez empoderar ainda mais, na questão do cabelo, na identidade, além das influenciadoras digitais também. Acho que ajudaram também muitas meninas a se descobrirem como mulher negra, aceitando o seu cabelo (...) Ah! Eu me sinto maravilhosa hoje com meu cabelo, comigo mesma, todo dia eu tento me empoderar ainda mais, tento empoderar outras pessoas também porque isso é muito importante, levar um sorriso no rosto, mostrar que aquela pessoa é bonita de todas as formas, de todos os jeitos, independente da cor do cabelo (ENTREVISTADA 6, 2019).

Os relatos demonstram que o empoderamento por meio do cabelo afro é um fator importante individual e coletivamente. Nota-se que o cabelo afro é símbolo da vaidade e beleza para as mulheres negras que assumem as características naturais de seus cabelos, além de serem símbolos de resistência e desafios de uma cultura eurocêntrica imposta.

O empoderamento implica nas transformações sociais visando à redistribuição de poder, produzindo mudanças das estruturas de oportunidades da sociedade (KLEBA e WENDAUSEN, 2009). Portanto rompe com padrões socialmente estabelecidos de comportamento.

(...)Então eu acho que o cabelo é só uma forma ainda mais subjetiva, mais um ato político da gente falar, da gente demonstrar essa força. Eu acho assim, o cabelo ele é uma ferramenta muito massa pra empoderamento...dá continuidade a esse empoderamento que já existe, eu acredito muito que essa mulher já sabe que ela tem força, ela sabe que ela não aguenta isso tudo porquê sei lá...coisas mágicas... ela sabe que ela têm poder né (ENTREVISTADA 9, 2019).

(...)então eu acho que foi um movimento que uma foi levando a outra igual por exemplo, no meu caso quem me influenciou muito foram os grupos das mulheres e não os produtos em si, e a minha própria irmã que fez o processo, então a minha influência foi as próprias mulheres no meu caso (ENTREVISTADA 7, 2019).

Os relatos das entrevistadas congruem com o conceito de empoderamento de Gram, Morrison e Skordis-Worrall (2018), pois elas concordam sobre a premissa de que existe um fortalecimento do grupo na sociedade advindo das próprias vivências das mulheres negras, e que através do apoio umas às outras, transforma-se consequentemente na valorização e autoafirmação.

6.2.1 – A (não) ditadura do cabelo

Um fator interessante é que o relato da Entrevistada 2 (“nosso cabelo ser mais importante”) aparentemente demonstra uma nova forma de padrão a ser imposto, a obrigatoriedade de aceitação do cabelo de origem afro. No entanto, encontrou-se nas entrevistas indícios de que o empoderamento feminino por meio da aceitação do cabelo de origem afro favorece a negação um pensamento que estabeleça novos padrões, pois, segundo as entrevistadas,

(...)em relação ao nosso cabelo, é muito massa que mais mulheres tenham se aceitado, mais mulheres tenham se entendido quanto mulheres negras e entendido que o seu cabelo tenha valor, só que ao mesmo tempo você tem hoje uma questão das pessoas se sentirem no direito de obrigar umas às outras a se performarem de certa forma e acreditarem em algum ideal. Então você vê outra mana preta sei lá com um cabelo liso loiro parece que tem pessoas que se sentem no direito de falar ‘NÃO!’. Você tem ideia de que você tá fazendo isso porque vive em uma estrutura racista que te faz, que te impõe determinadas coisas e eu acho que esse não é o caminho, esse com certeza não é o caminho. Às vezes essa mulher, ela já experimentou o cabelo dela, ela já tem as convicções dela, ela já acredita no que ela acredita e ela se sente bem com aquele cabelo. Então tá tudo bem, ela se sentir bem com aquele cabelo, então acho que não pode ser certo a gente sair de uma ditadura que oprime muita gente pra outra ditadura que faz mal pra muita gente, não pode ser certo um movimento que te fala muita coisa boa mas ao mesmo tempo te obriga muita coisa (ENTREVISTADA 9, 2019).

Eu vou te falar a verdade, enquanto tá fazendo bem que mal tem. A pessoa pode tá com o cabelo todo danificado, destruído, mas se ela gosta do cabelo alisado, pois que viva ele, também faz parte do empoderamento né, a mulher empoderada, ela não segue padrões, ela não segue moda, apesar de que nós não somos moda, nós somos reais. Então se mesmo caminhando contra maré ainda tem gente descendo a

correnteza, vamos respeitar. Agora a partir do momento que não tá fazendo bem mais que já tá atrapalhando a sua imagem, sua autoestima tá caindo, passa pelo processo. Aí eu dou maior força para passar pelo processo e eu vivo o sofrimento com cada uma e eu relembro tudo que eu passei (ENTREVISTADA 3, 2019).

Essa situação é possível porque a escolha de aceitar o cabelo com as suas características naturais ou de outra forma envolve considerações de preferências estéticas e de representatividade da mulher (ROBINSON, 2011). No entanto é possível ressaltar que de acordo com experiências universais de discriminação das mulheres negras, juntamente com a politização e movimentos de politização das mulheres, a aceitação do cabelo negro é uma forma de expressividade e identidade desse grupo social (CRAIG, 2006), além de demonstrar as mudanças que ocorrem no pensamento da sociedade (HALL, 2004).

6. 2. 2 – Mídias

Os processos de construção de padrões de beleza e constituição identitária da mulher negra por meio do elemento cabelo tem no discurso do empoderamento duas situações opostas. A percepção das entrevistas é que a mídia auxilia a estipular um padrão de cabelo negro que se aproxime do “cabelo liso”. Apesar de parte das mulheres negras não se sentirem refletidas na mídia, devido à não representação de suas características, um pensamento em comum sobre o papel de incentivo na aceitação do cabelo natural das mulheres.

(...) uma das coisas que eu costumo chamar é o preto (pessoa negra) da globo (Rede Globo de Televisão), que é aquele preto (pessoa negra) que não tem tantas características negroides, com muitas características brancas e que é colocado como um padrãozinho de beleza negra, vamos assim dizer (ENTREVISTADA 5, 2019).

(...) o pessoal por influência da mídia, da televisão então é que tá deixando então o cabelo natural (ENTREVISTADA 1, 2019).

(...) a partir do momento em que a mídia começa a se apropriar dessa imagem, a partir do momento que as marcas começam a se apropriar desse movimento e bombardear pela internet e na tv com essas imagens de mulheres na maioria das vezes pardas... que são mulheres de pele clara e cabelo cacheado, aí as pessoas começam a repensar o uso do cabelo liso. Tem um discurso sobre a valorização do que é natural mas eu não acredito que isso seja na maioria das vezes, não seja profundo, elas estão mais reproduzindo um discurso que tá sendo vendido de valorização da naturalidade do que fato, se valorizando. (ENTREVISTADA 7, 2019)

(...) você não vê mulheres pretas retintas dentro das propagandas (ENTREVISTADA 9, 2019).

Essas percepções podem ser explicadas por meio da forma como atua a mídia (mais especificamente a televisão) na constituição de uma sociedade. Ela produz imagens e significações que interferem na formação individual e coletiva das pessoas (FISCHER, 2002). Se por um lado a mídia pode ser reflexo de como se posicionar e se enxergar na sociedade (PARNAÍBA e GOBBI, 2013), ela também demonstra a maneira que a sociedade gostaria que as mulheres fossem (BUITONI, 2009).

6.3 INDÚSTRIA DA BELEZA E O MERCADO DE PRODUTOS PARA CABELOS AFRO

Os relatos sobre a percepção das mulheres negras diante do mercado demonstram que as empresas têm dificuldades para reconhecer seus desejos e potencial. Apenas 17% das propagandas são apresentadas por mulheres negras (AGÊNCIA HEADS, 2019) e, 83% das negras brasileiras não se reconhecem quando observam as mulheres que estão nas publicidades (INSTITUTO LOCOMOTIVA, 2019).

O setor de beleza é uma área que começou a incrementar mudanças em seu portfólio, uma vez que atualmente têm-se mais produtos voltados para as mulheres negras quando compara-se a vinte anos atrás. No entanto, a imagem transmitida pelo mercado é que, no caso de cabelos, os produtos existentes seguem um modismo, ou seja, não se atentam às reais necessidades das consumidoras negras.

(...) principalmente, eu vejo que a indústria cosmetológica, eles querem se aproveitar da classe em ascensão agora, de mulher empoderada né... eles querem se aproveitar disso. Então cria-se produtos, como eu disse que não completam seu cabelo, as vezes você precisa ter no mínimo 3 produtos, comprar um 4º para você conseguir ter eficiência, pra você consegui ter um cabelo bonito e as vezes nem consegue (ENTREVISTADA 3, 2019).

(...) a gente percebe hoje uma infinidade de produtos, infinidades de marcas, linhas populares, linhas profissionais mas elas não se completam. Se hoje você compra um produto para cabelo cacheado, você vai perceber que ele não vai completar o seu cabelo, cê(você) precisa comprar outros três... outros quatro e aí você que era escrava da escova, escrava do salão, cê (você) se torna escravo da farmacologia. Entendeu?! (ENTREVISTADA 3, 2019).

(...)o pouco que eu vejo eu acredito que as vezes tem produto que você usa que as vezes nem faz o efeito que você acha que vai fazer. O cabelo crespo, ele é um cabelo que precisa de um tratamento mas não, usar uma química. Eu posso ter um shampoo, eu posso ter um creme, um óleo que realmente faz a diferença. Então, o produto que eu falo é nesse sentido, a química eu realmente deixei, eu já usei produtos que realmente não fez diferença nenhuma. Eu tenho pouca informação sobre os produtos no caso, mas eu acho que com certeza por trás alguém manipule o produto e acabe não trazendo o efeito que a gente precisa né. (ENTREVISTADA 2, 2019).

6.3.1 – Ausência de pluralidade no mercado

Para essas consumidoras, a cultura, as práticas de consumo e o estilo de vida são fundamentos de um mercado denominado étnico, com produtos direcionados para mulheres negras (SANSONE, 2000). Mas, para o mercado observa-se que o entendimento das relações de consumo é orientado por meio da afro conveniência, na qual, tem-se na sociedade uma legitimidade de estereótipo originária de interesses que não são relacionáveis ao contexto da população negra. Uma demonstração disso é que,

Mulheres pretas retintas (por exemplo) não conseguem se enxergar dentro desse tal mercado, dessa falsa representatividade (étnica) então eu acho que o que falta é o mercado entender que somos diversos que somos pessoas únicas, somos inúmeros, temos inúmeros pensamentos, inúmeras ideias, inúmeras necessidades (...) então eu acho que ainda é problemática a ideia de representatividade promovida pelo mercado (ENTREVISTADA 9, 2019).

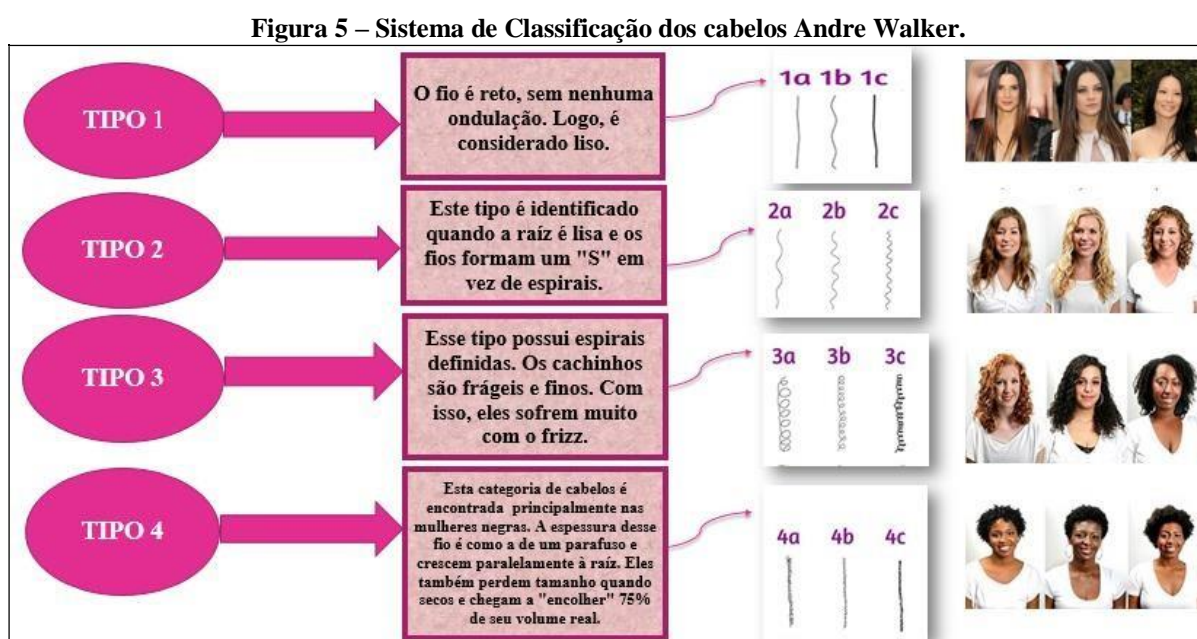
(...) mas é muito importante falar também que é aceito e que é bonito quando o cabelo é um cacho mais aberto porque quanto mais características mais negras, a imagem que essa mulher negra têm, entre aspas, ela é afastada, ela não vende. Então influenciadoras digitais com a pele mais escura ou com o cabelo crespo elas não tem saída, elas não dão lucro...as pardas, as negras de pele mais claras, então todo mundo acaba tentando ter esse tipo de cabelo. Tem empoderamento mas ao mesmo tempo eles colocam limite, muito lindo, muito bonito até aqui...daqui pra cá já não é tanto (ENTREVISTADA 7, 2019).

Para reafirmar a existência de uma ausência de pluralidade no mercado, as entrevistadas ressaltam que produtos para cabelos afro atendem a um cabelo socialmente aceito, que é um cabelo de curvatura aberta, que se aproxima da textura do cabelo liso. Esse contexto não corresponde à realidade de boa parte das mulheres negras e faz com que cabelos crespos ou crespíssimos sejam adequados a produtos que os deixem com a textura cacheada ou até mesmo que recorram ao permanente afro, que consiste em um tratamento químico que deixa o cabelo com aspecto cacheado.

(...) Eu fiz o permanente afro pela primeira vez com a intenção de definir os cachos, porque o meu cacho é um cacho que existe sim, porém ele é muito miudinho, ele é daqueles cachos pequenos e aí eu queria que ele tivesse forma, volume. (...) Eu já fazia o liso durante muito tempo, e meu cabelo ficava com as pontas finas e aí eles quebravam e não dava a impressão de crescimento e aí uma cabeleireira foi e me indicou o permanente. (...) foi aí que eu fiquei fazendo de seis em seis meses durante uns sete anos. (...) querendo ou não, eles falam que não tem uma química mas acaba tendo porque você tem que relaxar a raiz, usar um produto pro cabelo ficar enroladinho, com os cachinhos definidos. (ENTREVISTADA 10, 2019).

No Brasil, a tabela de curvatura mais difundida entre as consumidoras, trata-se do sistema de classificação elaborado pelo cabeleireiro americano Andre Walker, juntamente

com o *website Naturally Curly* (CASTRO e KABENGELE, 2017). Esta classificação consiste na divisão dos cabelos em quatro grupos distintos e suas respectivas subcategorias, o que justifica o sentimento de falta de pluralidade expressado pelas entrevistadas. Tal classificação é estabelecida a partir da verificação da textura dos fios e densidade do cabelo, permitindo também analisar a estrutura capilar e direcionar os produtos adequados a cada tipo de cabelo, como pode ser visto na figura 5:



Fonte: adaptado de Souza (2015).

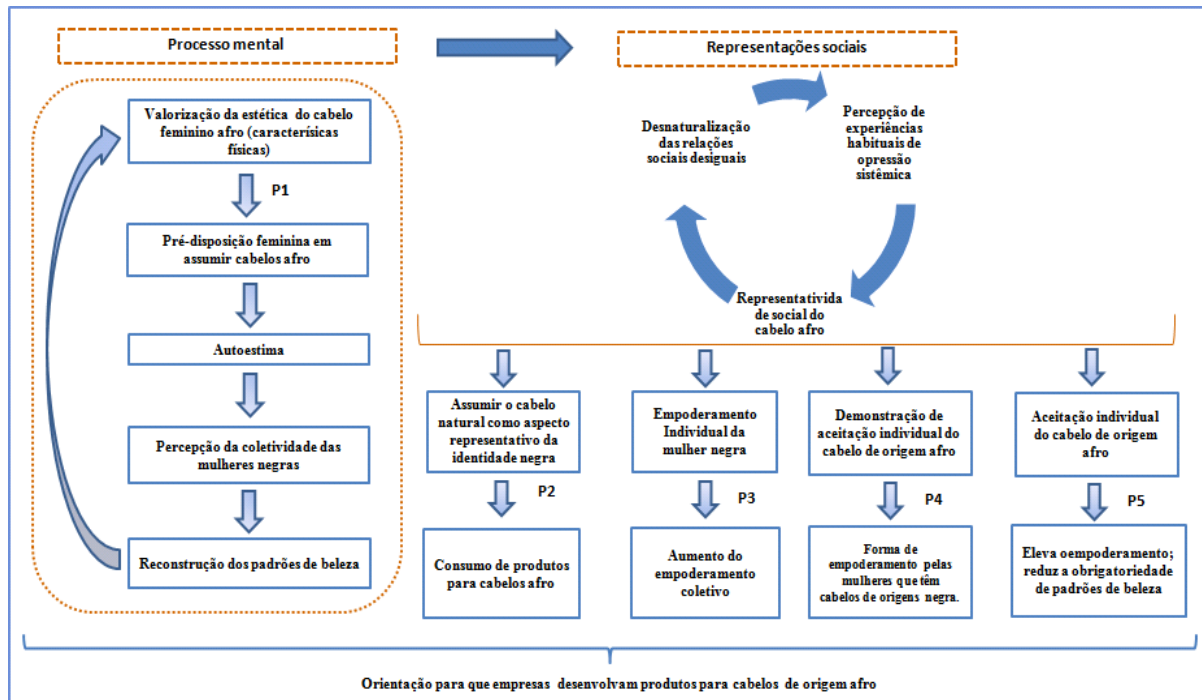
Segundo as entrevistadas o sistema das curvaturas 1A ao 4C amplamente difundido no Brasil, constitui um fator limitante para as mulheres negras, dado que os produtos criados a partir desta classificação, segregam texturas ainda mais crespas que “fogem” ao padrão estabelecido pela tabela. Visto que

(...)ainda falamos (fala-se) da textura 5, porque onde você procurar, você vai perceber que é uma textura que nem é mencionada, principalmente nos rótulos dos produtos(...)eles tratam a curvatura dos cabelos como se acabassem em 4c e não é! (ENTREVISTADA 3, 2019).

(...) eu acho essa classificação também um pouco complicada e um pouco complexa porque quem me diz que o 5 que não era pra ser o 4c e etc. Mas sim, se existir algum outro que eu desconheça ainda mais crespo, realmente ele fica desassistido vamos assim dizer, pra falar bem a verdade muitos produtos que eles falam que é pra 4B ou 4c ou pro mais crespo que antes que chegue o 5 na verdade não é! (ENTREVISTADA 5, 2019).

Por meio da relação entre a teoria, proposições e dados pode-se discutir os resultados do estudo com base na figura abaixo:

Figura 6 – Dinâmica do processo de apreciação da estética do cabelo negro feminino a partir da visão da teoria das relações sociais



Fonte: Elaborado pela autora.

A aceitação e apreciação da estética do cabelo negro feminino pode auxiliar o mercado a desenvolver produtos específicos para os cabelos de origem afro. Para esse entendimento observa-se na figura 6 duas etapas interdependentes. A primeira é um processo mental que serve de base para as representações sociais. Nessa etapa, notou-se por meio da teoria que há um ciclo que envolve aspectos sequenciais de valorização da estética, pré-disposição feminina em assumir os cabelos negros, autoestima, percepção coletiva e reconstrução de padrões. A partir disso reinicia-se um ciclo avaliativo consciente e constante mentalmente que considera a realidade, as questões cotidianas e uma possível representatividade social.

Na segunda etapa expõem-se as representações sociais constituídas mentalmente na primeira etapa. Primeiramente há um ciclo que inicia-se com as percepções de experiências habituais de opressão sistêmica, depois passa para a representatividade social do cabelo afro e por fim tem-se a desnaturalização das relações sociais desiguais. Cabe destacar que tal ciclo é a primeira parte de implementação de fatores avaliativo, afetivo e simbólico que acontece na primeira etapa de acordo com a teoria das representações sociais. Esse processo é a base que substancia o cabelo como elemento representativo da identidade negra, o empoderamento, a demonstração de aceitação individual e aceitação individual do cabelo de origem afro. Esses quatro elementos é que fundamentam as proposições P2, P3, P4 e P5. Por fim, tem-se que a primeira e a segunda etapa da figura conjuntamente fornecem uma informação para as

empresas de produtos capilares sobre a compreensão de como as mulheres negras se relacionam com seus cabelos de origem afro e, como isso reflete no consumo de produtos para cabelos de origem afro.

7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O estudo pôde demonstrar que: a) A aceitação do cabelo natural de origem afro tem um importante simbolismo na construção da autoestima das mulheres negras; b) O empoderamento feminino por meio da aceitação do cabelo de origem afro favorece o surgimento de novos produtos no mercado; c) As empresas e o mercado possuem dificuldades para reconhecer os desejos e o potencial das consumidoras negras.

Por meio dos resultados observou-se que existe uma oportunidade ainda não explorada pelas empresas que corresponde à demanda por produtos que valorizem a estética negra feminina de maneira diversa e abrangente. Também notou-se que mulheres negras são agentes consumidoras não somente por aspectos demográficos, mas também valores identitários.

Acerca das proposições, (P1) Valorizar características físicas negras como forma de identidade étnica eleva a predisposição das mulheres a assumirem cabelos de origem afro, tal resignificação da estética negra surge como forma de autoafirmação da identidade e autoestima das mulheres negras (MATTOS, 2015). (P2) Assumir o cabelo natural como aspecto representativo da identidade negra leva a um interesse em consumir produtos capilares voltados para cabelos de origem afro, isso implica na existência de uma demanda para consumo de produtos direcionados para a beleza dos cabelos das mulheres negras e suas peculiaridades (ALMEIDA, 2011). (P3) O empoderamento coletivo da mulher negra aumenta na medida em que o empoderamento individual da mulher negra eleva-se, influenciando em um novo papel de influência da mulher negra e uma nova noção de poder e identidade deste grupo na sociedade (MARTINS, 2003). (P4) A demonstração de aceitação individual do cabelo natural feminino de origem afro é observada como uma forma de empoderamento pelas mulheres que têm cabelos de origens negras, a partir disso, a figura da mulher negra passa a ser repensada de forma a construir um novo valor e também, estabelecer um mecanismo de resistência ao racismo e discriminação (LYON, 2019). (P5) A aceitação do cabelo natural feminino de origem afro eleva o empoderamento e reduz a possibilidade de surgimento de uma possível obrigatoriedade (padrões de beleza) de utilização de cabelos de origem afro pelas mulheres de origem negra, a indústria pode com isso ter a noção de que as

mulheres negras não querem mais um padrão, mas sim a liberdade. Isso impacta em produtos específicos e não padronizados a este público, além de ser notória a necessidade de uma pluralidade de produtos desenvolvidos para essas pessoas.

Pôde-se afirmar que a consequência do processo de valorização da estética feminina negra consiste na orientação para que as empresas desenvolvam produtos para cabelos afros. Tais empresas devem ser guiadas não somente por forças mercadológicas, mas também, atentas às necessidades deste grupo que mesmo movimentando cerca de R\$704 bilhões por ano no consumo nacional, ainda permanecem imperceptíveis no mercado (INSTITUTO LOCOMOTIVA, 2019).

Cabe ressaltar que o presente estudo apresenta como limitação a baixa quantidade de entrevistas. No entanto, o número de entrevistas observou a construção de um padrão de respostas, que foi adquirido no presente estudo. Diante disso, sugere-se que novos estudos sejam realizados, a fim de compreender o papel desta população, não somente em se tratando de aspectos culturais, demográficos, mas como sujeitos de transformação social. Além disso, o presente estudo deseja estimular que novas pesquisas sejam realizadas sobre o tema trabalhado, testando as proposições estabelecidas de forma quantitativa.

REFERÊNCIAS

- ABRIC, J. C. L'étude expérimentale des représentations sociales. In: JODELET, D. (dir.). **Les représentations sociales**. 4 ed. Presses Universitaires de France (Sociologie d' Aujourd'hui). 1994, 187-203, Paris.
- _____. Les représentations sociales: aspects théoriques. In: ABRIC, J.C. (dir). **Pratiques sociales e représentations**. Presses Universitaires de France. 1994 a.Paris
- AGÊNCIA BRASIL - MARTINS, H. **Após dois anos da marcha, mulheres negras continuam mobilizadas contra racismo**. Brasília, 18 de Nov. de 2017. Disponível em:<agenciabrasil.ebc.com.br/direitos-humanos/noticia/2017-11/apos-dois-anos-da-marcha-mulheres-negras-continuam-mobilizadas-contra-racismo > Acesso em: 01 de Out. 2019.
- AGÊNCIA HEADS - **Pesquisa mostra aumento da presença de mulheres e negros em campanhas publicitárias**. G1, São Paulo, 14 jul. 2018. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/midia-e-marketing/noticia/pesquisa-mostra-aumento-da-presenca-de-mulheres-e-negros-em-campanhas-publicitarias.ghtml> Acesso em: 15 de abr. de 2019.
- ALMEIDA, A. S. M. Identidade e consumo: o que compreender sobre o consumo da chamada “linha étnica” e a relação com identidade na classe média negra. In: **Anais do XXVI Simpósio Nacional de História – ANPUH**, jul. 2011, São Paulo, 1-9, 2011.
- BARBOSA, L.; CAMPBELL, C. **Cultura, consumo e identidade**. Rio de Janeiro: Ed. FGV, 2006, 204 p.
- BERTH, J. **O que é empoderamento?** Letramento, Belo Horizonte, 2018, 112 p.
- BUITONI, D. H. S. **Mulher de Papel: a representação da mulher pela imprensa feminina brasileira**. Summus, São Paulo, 2009, 240 p.

- BURGARD, S. et al. Differential reporting of discriminatory experiences in Brazil and the United States. **Cadernos de saúde pública**, v. 33, p.1-14, 2017.
- BUTLER, J. Corpos que pesam: sobre os limites discursivos do “sexo”. In: LOURO, Guacira Lopes (org.). **O corpo educado: pedagogias da sexualidade**. Belo Horizonte: Autêntica, 2000.
- CARLOMAGNO, M. C.; DA ROCHA, L. C. Como criar e classificar categorias para fazer análise de conteúdo: uma questão metodológica. **Revista Eletrônica de Ciência Política**, vol. 7, n. 1, p.173-188, 2016.
- CASTRO, C. F. S.; KABENGELE, D. do C.. O cabelo crespo e cacheado e a construção da identidade no grupo virtual cachos alagoanos. **Caderno de Graduação-Ciências Humanas e Sociais-UNIT-ALAGOAS**, v. 4, n. 1, p. 101, 2017.
- CRAIG, M. L.. 2006. “**Race, Beauty, and the Tangled Knot of a Guilty Pleasure.**” *Feminist Theory* 7 (2): 159–177. doi:10.1177/1464700106064414.
- CRUZ, C. T. P.; FIGUEIREDO, Â. L. S.. Os cabelos mágicos: identidade e consumo de mulheres afrodescendentes no Instituto Beleza Natural. In: **XXXIX ENCONTRO ANUAL DA ANPOCS**, 39, 2015, Caxambu.
- DUVEEN, G. Introdução: o poder das idéias. In: MOSCOVICI, S. **Representações sociais: investigações em psicologia social**. Vozes, 7-28, Petrópolis, 2003.
- FANON, F. **Pele negra, máscaras brancas**. Trad. Renato Silveira. Salvador: Edufba, 2008.
- FERNANDES, V. B.; DE SOUZA, M. C. C. C.. Identidade Negra entre exclusão e liberdade. **Revista do Instituto de Estudos Brasileiros**, n. 63, p. 103-120, 2016.
- FISCHER, R. M. B. O dispositivo pedagógico da mídia: modos de educar na (e pela) TV. **Educação e Pesquisa, São Paulo**, v.28, n.1, p. 151-162, 2002.
- FREIRE, T.; TAVARES, D. Influência da autoestima, da regulação emocional e do gênero no bem-estar subjetivo e psicológico de adolescentes. **Archives of Clinical Psychiatry**, v. 38, n. 5, p. 184-188, 2011.
- GABLE, S. L.; HAIDT, J. What (and why) is positive psychology? **Review of general psychology**, v. 9, n. 2, p. 103-110, 2005.
- GOMES, N. L. Cultura negra e educação. **Rev. Bras. Educ. [online]**, n.23, p.75-85. 2003, ISSN 1413-2478.
- GORDON, D. A beleza abre portas: beauty and the racialised body among black middle-class women in Salvador, Brazil. **Feminist Theory**, v. 14, n. 2, p. 203-218, 2013.
- GRAM, L.; MORRISON, J.; SKORDIS-WORRALL, J. Organising concepts of ‘women’s empowerment’ for measurement: a typology. **Social indicators research**, v. 143, n. 3, p. 1349-1376, 2019.
- HALL, S. 2004. “**What Is This ‘Black’ in Black Popular Culture?**” In *The Black Studies Reader*, edited by Jacqueline Bobo, Cynthia Hudley, and Claudine Michel, 255–263. London: Routledge.
- HARTER, S.; WHITESELL, N. R. Beyond the debate: Why some adolescents report stable self-worth over time and situation, whereas others report changes in self-worth. **Journal of personality**, v. 71, n. 6, p. 1027-1058, 2003.
- HUIS, M. et al. The impact of husbands' involvement in goal-setting training on women's empowerment: First evidence from an intervention among female microfinance borrowers in Sri Lanka. **Journal of Community & Applied Social Psychology**. 2019.
- _____ et al. A three-dimensional model of women’s empowerment: Implications in the field of microfinance and future directions. **Frontiers in psychology**, v. 8, 1678, p.1-14 2017.
- IBGE, **População chega a 205,5 milhões, com menos brancos e mais pardos e pretos**. **Diretoria de Pesquisas DPE**. Disponível em: <
<https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de->

noticias/noticias/18282-populacao-chega-a-205-5-milhoes-com-menos-brancos-e-mais-pardos-e-pretos> Acesso em 15 de Out. 2019.

INSTITUTO LOCOMOTIVA - ESTARQUE, Marina; CAMAZANO, Priscila. Negras movimentam R\$ 704 bi por ano, mas são escanteadas pela publicidade. **Folha de São Paulo, São Paulo**, 11 de Out. 2019. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2019/10/negras-movimentam-r-704-bi-por-ano-mas-sao-escanteadas-pela-publicidade.shtml>> Acesso em: 15 de out. de 2019.

_____ Em 2020, oito entre cada dez brasileiros se autodeclararão negros. Sua marca sabe se comunicar com esse público? **Think Etnus**, 2017. Disponível em: <<https://www.etnus.com.br/>> Acesso em: 11 de Set. de 2019.

JANIS, I. L. O problema da validação da análise de conteúdo. In: LASSWELL, H.; KAPLAN, A. **A linguagem da política**. Brasília: Ed. UnB, 1982.

JOSHANLOO, M. Investigating the relationships between subjective well-being and psychological well-being over two decades. **Emotion**, v. 19, n. 1, p. 183-187, 2019.

JOVCHELOVITCH, S. Psicologia social, saber, comunidade e cultura. **Psicologia & sociedade**, v. 16, n. 2, p. 20-31, 2004.

LODY, R. G. da M. **Cabelos de Axé: Identidade e resistência**. Editora Senac Nacional, Rio de Janeiro, 2004. 136 p.

KERNIS, M. H. Measuring self-esteem in context: The importance of stability of self-esteem in psychological functioning. **Journal of Personality**, 73(6), p. 1569-1605, 2005.

KING, G. Replicação, replicação. **Revista Eletrônica de Ciência Política**, v. 6, n. 2, p.382-401, 2015.

KLEBA, M. E.; WENDAUSEN, A. Empoderamento: processo de fortalecimento dos sujeitos nos espaços de participação social e democratização política. **Saúde e sociedade**, v. 18, p. 733-743, 2009.

KURTIŞ, T.; ADAMS, G.; ESTRADA VILLALTA, S. Decolonizing empowerment: Implications for sustainable wellbeing. **Analyses of Social Issues and Public Policy**, v. 16, n. 1, p. 387-391, 2016.

LYON, J. Pajón power: styling citizenship and Black politics in the Dominican natural hair movement. **Ethnic and Racial Studies**, v.42, n.11, 2019

LAYTON, M. L.; SMITH, Amy Erica. Is it race, class, or gender? The sources of perceived discrimination in Brazil. **Latin American Politics and Society**, v. 59, n. 1, p. 52-73, 2017.

LOURO, G. L. Pedagogias da sexualidade. In: **_org. O corpo educado: pedagogias da sexualidade**. Autêntica, Belo Horizonte, p.240-242, 2000.

MARTINS, C. H. B. **Trabalhadores na reciclagem do lixo: dinâmicas econômicas, socioambientais e políticas na perspectiva de empoderamento**. 2003, 242 f. Tese (Doutorado em Sociologia) - Programa de Pós-Graduação em Sociologia Universidade Federal do Rio Grande do Sul. 2003.

MATTOS, I. G. de. Estética afro-diaspórica e o empoderamento crespo. **Pontos de Interrogação. Revista do Programa de Pós-Graduação em Crítica Cultural da Universidade do Estado da Bahia (UNEB)**, Campus II, v. 5, n. 2, p. 37-53, 2015.

MCCRACKEN, G. **The long interview**. Thousand Oaks, CA: Sage. 1988.

MIZRAHI, M. Cabelos, Ambiguidades: beleza, poder de compra e “raça” no Brasil urbano. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, v. 30, n.89, p. 31- 47, 2015.

MYERS, D G.; DIENER, Ed. Who is happy? **Psychological science**, v. 6, n. 1, p. 10-19, 1995.

OLIVEIRA, T. Mercado que aposta em cosméticos e serviços para negras está em expansão. **Revista Veja, São Paulo**, 7 abr 2018. Disponível em

<<https://vejasp.abril.com.br/cidades/beleza-negra-cosmeticos-expansao/>> Acessado em 15 de abr. de 2019.

- ONU - **Objetivo 5. Alcançar a igualdade de gênero e empoderar todas as mulheres e meninas**, 2015. Disponível em: <<https://nacoesunidas.org/pos2015/ods5/>> Acesso em: 13 de Out. 2019.
- PARNAÍBA, C. dos S.; GOBBI, Maria Cristina. Mulheres na política e na mídia brasileira: breve histórico e cenário atual. **Communication papers**, p.51-63, 2013.
- PIRES, K. T. de. **Crespa ou Alisada: os diferentes significados da manipulação do cabelo afro entre mulheres negras da cidade de Santa Maria-RS**. 2015, 175 f. Dissertação (mestrado em Ciências Sociais) Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, 2015.
- PNAD - **Quantidade de homens e mulheres**. Pesquisa Nacional por amostra de domicílio (IBGE), 2018. Disponível em: < <https://educa.ibge.gov.br/jovens/conheca-o-brasil/populacao/18320-quantidade-de-homens-e-mulheres.html> > Acesso em: 15 de Out. 2019.
- REZENDE, A. F. **“Cabelo meu! Se você não fosse meu, eu não seria tão eu”**: identidade racial a partir da valorização do cabelo afro em salões étnicos. 2017, 110 f. Dissertação (Mestrado em Administração) -Universidade Federal de Lavras, Lavras, 2017.
- RIBEIRO, R. C. L. et al. Uma “estética de lances” de uma “heroína ordinária”: o reorganizar de práticas de resistências de uma artesã. **Cadernos EBAPÉ**, v. 17, n. 3, p. 590-606, 2019.
- ROBINSON, C. L. (2011) Hair as Race: Why “Good Hair” May Be Bad for Black Females, **Howard Journal of Communications**, 22:4, 358-376.
- ROSENBERG, M. **Society and the adolescent self-image**. Princeton, Princeton University Press, 1965.
- RYFF, C. D. Happiness is everything, or is it? Explorations on the meaning of psychological well-being. **Journal of personality and social psychology**, v. 57, n. 6, p. 1069-1081, 1989
- SANSONE, L. **Os objetos da identidade negra: consumo, mercantilização, globalização e a criação de culturas negras no Brasil**. MANA, v. 6, n. 1, p. 87-119. 2000.
- SANTOS, J. T. O negro no espelho: imagens e discursos nos salões de beleza étnicos. **Estudos Afro-Asiáticos**, n. 38, p. 49-66, 1999.
- SBICIGO, J. B.; BANDEIRA, D. R.; DELL'AGLIO, D. D. Escala de Autoestima de Rosenberg (EAR): validade fatorial e consistência interna. **Psico-USF**, vol. 15, num. 3, Dezembro, Universidade São Francisco, São Paulo, p. 395-403, 2010
- SHINODA, L. M. **Padrões de representação do estereótipo do gênero feminino na propaganda brasileira**. 2017, 161 f. Dissertação (Mestrado em Administração de Empresas) - FGV - Fundação Getúlio Vargas, São Paulo, 2017.
- SOUZA, C. **O guia completo sobre os tipos de cabelo**. 23 de Out. 2015 Disponível em: <<http://carolsouza.com.br/o-guia-completo-sobre-os-tipos-de-cabelo/>> Acesso em 18 de Out. de 2019.
- VILLAS BÔAS, L. P. S. Teoria das representações sociais e o conceito de emoção: diálogos possíveis entre Serge Moscovici e Humberto Maturana. **Psicologia da Educação**, n. 19, p. 143-166, 2004.
- WAGNER, W. Sócio-gênese e características das representações sociais. **Estudos interdisciplinares de representação social**, v. 2, p. 3-25, 1998.
- YARBRO-BEJARANO, Y. G. Anzaldua's Borderlands/La Frontera: Cultural studies, "difference," and the non-unitary subject. **Cultural Critique**, p. 5-28, 1994.
- YU, E. A.; CHANG, E. C. Meaning in life as a predictor of optimism: How parents mattering matters to Asian and European Americans. **Personality and Individual Differences**, v. 138, p. 366-369, 2019.