



UNIVERSIDADE FEDERAL DA FRONTEIRA SUL
CAMPUS CERRO LARGO
CURSO DE LETRAS PORTUGUÊS E ESPANHOL

VALDELÂNDIA SILVA MENDES

**MEU CABELO É RESISTENTE E RESISTÊNCIA: EMPODERAMENTO E
IDENTIDADE DA MULHER NEGRA**

CERRO LARGO

2021

VALDELÂNDIA SILVA MENDES

**MEU CABELO É RESISTENTE E RESISTÊNCIA: EMPODERAMENTO E
IDENTIDADE DA MULHER NEGRA**

**Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao
Curso de Letras Português e Espanhol
Licenciatura, da Universidade Federal da Fronteira
Sul, como requisito para obtenção do título de
Licenciado em Letras com habilitação em Língua
Portuguesa e Espanhola.**

**Orientador: Profª Dr. Ana Cecília Teixeira
Gonçalves.**

CERRO LARGO

2021

Bibliotecas da Universidade Federal da Fronteira Sul - UFFS

Mendes, Valdelândia Silva

MEU CABELO É RESISTENTE E RESISTÊNCIA: EMPODERAMENTO
E IDENTIDADE DA MULHER NEGRA / Valdelândia Silva Mendes.

-- 2021.

31 f.

Orientadora: Doutora Ana Cecilia Teixeira Gonçalves

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) -
Universidade Federal da Fronteira Sul, Curso de
Licenciatura em Letras - Português e Espanhol, Cerro
Largo, RS, 2021.

1. Empoderamento. 2. Mulher Negra. 3. Padrão de
Beleza. 4. Cabelo.. I. Gonçalves, Ana Cecilia Teixeira,
orient. II. Universidade Federal da Fronteira Sul. III.
Título.

VALDELÂNDIA SILVA MENDES

**MEU CABELO É RESISTENTE E RESISTÊNCIA: EMPODERAMENTO E
IDENTIDADE DA MULHER NEGRA**

Trabalho de conclusão do curso de graduação apresentado como requisito para obtenção do grau de Licenciado em Letras: Português e Espanhol da Universidade Federal da Fronteira Sul.

Orientadora: Prof.^a Dr. Ana Cecília Teixeira Gonçalves

Este trabalho de conclusão de curso foi defendido e aprovado pela banca em: 17 / 05 / 2021

BANCA EXAMINADORA



Profa. Dra. Ana Cecília Teixeira Gonçalves – UFFS
(Presidente/Orientadora)



Prof. Dr. Demétrio Alves Paz – UFFS*



Profa. Adriana Aires da Silva*

AGRADECIMENTOS

À minha orientadora e professora Ana Cecilia Teixeira Gonçalves, que sempre me ajudou, me guiou e incentivou, até mesmo quando eu achava que não iria dar conta, e, em um momento difícil que vivi no ano de 2020, teve a maior compreensão comigo. Me apoiou muito e eu serei eternamente grata a ela, que foi a melhor orientadora que eu podia ter, uma pessoa que se comprometeu com meu trabalho, e me deixou cada dia mais convicta sobre o tema escolhido, pois é um tema que tenho como realidade na vida. Só tenho gratidão, prof. Ana, pela oportunidade que você me deu!

Às minhas duas filhas Mirella e Maitê, que são tudo de mais precioso que tenho na vida. Tento ser o maior exemplo pra elas, para que sempre tenham orgulho de ser quem elas são, e que possam sempre acreditar na força que elas têm, em um mundo tão cruel, que elas sejam forte diante das adversidades que venham enfrentar, e que jamais se deixem ser silenciadas, ocupem seu lugar de direito sempre, que estejam onde elas quiserem estar. Eu falo de cabelo, pois sempre foi difícil assumir o meu próprio cabelo, mas hoje faço com orgulho, e é com esse orgulho que quero que minhas filhas façam o que elas bem entenderem do cabelo delas, e que não sejam oprimidas por um padrão de beleza. A nossa luta é real!

Quero agradecer à minha mãe, onde quer que ela esteja, sei que ela sempre me guiou e cuidou para que eu sempre fosse forte. Às minhas irmãs que moram em Goiânia e ao meu irmão, que mesmo com toda a distância, sempre estão comigo aonde quer que eu vá. Minha família que é minha base nesse mundo, sei que independente de qualquer coisa sempre posso contar com eles.

Não poderia faltar às minhas amigas Camila Fenner, Mithiele Scarton, a todo apoio e carinho comigo, gurias vocês sempre foram maravilhosas, obrigada! Ao Lucas Barbosa Paveglio, por me lembrar sempre de não desistir, de ser a minha “pessoa” sempre! Por estar junto comigo em todos os surtos durante o período na faculdade, você foi muito necessário ao meu lado! Obrigada!

Gostaria de deixar um agradecimento à minha banca também, pois sei da extrema importância que as contribuições que serão feitas no meu trabalho têm. Desde já, o meu muito obrigada!

RESUMO

O presente trabalho sobre “*Meu cabelo é resistente e resistência: empoderamento e identidade da mulher negra*”, insere-se em uma área voltada para questões sociais, apontando, inclusive, para transformações na sociedade, nesse sentido, merece uma atenção especial em relação a sua execução. Nesse contexto, apresentam-se tópicos, como o padrão de beleza, mostrando a influência da mídia e abordando a indústria da beleza; o empoderamento feminino, salientando a construção da identidade da mulher negra e detalhando o racismo; e o cabelo, evidenciando-o como símbolo do empoderamento, resistência e identidade. Para a elaboração do trabalho, é levada em consideração uma imagem de uma propaganda da marca de shampoo *Tresemmé*, campanha realizada no ano de 2015, da *Unilever*, empresa criada em 1947, que desenvolve produtos de beleza há mais de 60 anos. Esse trabalho tem como base a pesquisa bibliográfica, por meio da consulta de fontes teóricas, autores renomados dentro desta área de estudo, como Alves (2017), Azevedo (2019), Balhego (2016), Batista (2019), Bohm (2018), Bakhtin (2012), Cury (2015), Freitas et al (2018), Giddens (2016), Gomes (2002), King (2015), Matos (2015), Melo (2017), Munanga (2012), Nardin e Guterres (2013), Nunes (2018), Pinto (2016), Ribeiro e Ildebrando (2019), Rocha et al (2016), Sampaio e Rivitti (2017), Santos (2019), Silva (2014), Varela (2017) e Vieira (2015). Além disso, consultam-se outras fontes, como o site do IBGE, a Lei nº 7.716, o site *Lifestyle* e a ONU Mulher. Dessa forma, foi possível verificar que os padrões de beleza referem-se a imposições realizadas pelos brancos. Assim, qualquer característica que fuja disso já se torna um ponto que deve ser melhorado ou corrigido. A indústria da beleza, nesse contexto, auxilia na reprodução desse pensamento, oferecendo e disponibilizando, de forma massiva, produtos para as mais diversas finalidades, com a promessa de se ter mais valorização, aceitação e autoestima como resultado.

Palavras-chaves: Empoderamento; Mulher Negra; Padrão de Beleza; Cabelo.

RESUMEN

El presente trabajo sobre empoderamiento femenino: identidad de las mujeres negras a través del cabello, que por ser un área enfocada en temas sociales y transformaciones sociales merece especial atención en relación a su ejecución. Y para eso, presentamos temas como el estándar de belleza, mostrando la influencia de los medios y dirigiéndose a la industria de la belleza; empoderamiento femenino: construir la identidad de las mujeres negras, detallando el racismo; y el cabello como símbolo de empoderamiento, resistencia e identidad. Y para la elaboración, el trabajo, se tendrá en cuenta una imagen de un anuncio marca de champús Tresemmé, campaña realizada en 2015, de Unilever, una empresa creada en 1947 que ha estado desarrollando productos de belleza durante más de 60 años. Este trabajo se basó en la investigación bibliográfica, consultando fuentes primarias, donde seleccionamos algunos autores de renombre dentro del campo, tales como: Alves (2017), Azevedo (2019), Balhego (2016), Batista (2019), Bohm (2018), Bakhtin (2012) Cury (2015), Freitas et al (2018), Giddens (2016), Gomes (2002), King (2015), Matos (2015), Melo (2017), Munanga (2012), Nardin e Guterres (2013), Nunes (2018), Pinto (2016), Ribeiro e Ildebrando (2019), Rocha et al (2016), Sampaio e Rivitti (2017), Santos (2019), Silva (2014), Varela (2017) e Vieira (2015). Además de consultar el sitio web del IBGE, la Ley N ° 7.716, el sitio web Estilo de vida y la ONU mujer. Así, se pudo constatar que los estándares de belleza se refieren a imposiciones hechas por blancos. Así, cualquier característica que se desvíe de esto ya se convierte en un punto que hay que mejorar o corregir. La industria de la belleza, en este contexto, asiste en la reproducción del pensamiento, ofreciendo y poniendo a disposición, de manera masiva, productos para los más diversos propósitos, con la promesa de tener como resultado mayor aprecio, aceptación y autoestima.

Palabras-clave: Empoderamiento; Mujer negra; Estándar de Belleza; Cabello.

SUMÁRIO

1. CONSIDERAÇÕES INICIAIS.....	10
2. PADRÕES DE BELEZA E INFLUÊNCIA DA MÍDIA NA REPRESENTAÇÃO SOCIAL.....	12
3. EMPODERAMENTO FEMININO: CONSTRUÇÃO DA IDENTIDADE DA MULHER NEGRA	17
3.1. O racismo.....	21
4. O CABELO COMO SÍMBOLO DO EMPODERAMENTO, RESISTÊNCIA E IDENTIDADE	23
5. CONCLUSÃO.	27
REFERÊNCIAS.....	29

LISTA DE FIGURAS

Figura 1	14
Figura 2	21
Figura 3	24

LISTA DE TABELAS

Tabela 1	18
Tabela 2	19

1. CONSIDERAÇÕES INICIAIS

O presente trabalho tem como tema *Meu cabelo é resistente e resistência: empoderamento e identidade da mulher negra*. Ao fazer uma reflexão sobre os padrões de beleza presentes na sociedade, segundo os quais é perceptível ver os mais diversos preconceitos e rejeição aos traços da mulher negra, em que um cabelo liso é considerado o mais belo, por exemplo, percebe-se que as características de pessoas brancas são consideradas as melhores. Sobre esse ponto GOMES (2012 p.3).

O cabelo negro, visto como “ruim” é, expressão do racismo e da desigualdade racial que recai sobre o sujeito. Ver o cabelo do negro como “ruim” e do branco como “bom” expressa um conflito. Por isso, mudar o cabelo pode significar a tentativa do negro de sair do lugar de inferioridade ou a introjeção deste. Pode ainda representar um sentimento de autonomia, expresso nas formas ousadas e criativas de usar o cabelo.

Percebe-se que, desde sempre, a mulher é vista como sujeito que deve se enquadrar em uma sociedade preconceituosa, sendo silenciada ou subordinada. Eu,¹ por eu ser um mulher de cabelos crespos, passei muito tempo alisando-os e, nesse caso, ao viver essa transição capilar, deparei-me com situações nas quais comentou-se sobre o meu cabelo ser mais bonito liso, ou situações como, ao entrar em uma loja à procura de produtos para o meu tipo de cabelo, encontrar apenas produtos para cabelos lisos, enfim, já senti na pele o que é ser silenciada. Sobre isso, MORAES, PAULA E MOREIRA (2015, p.5).

Mesmo em propagandas de produtos especificamente para a mulher negra, encontramos problematizações como shampoos para cabelos afrodescendentes (cacheados, crespos, ondulados). Os cabelos são taxados de rebeldes, volumosos, quebradiços, “cabelos ruins”, nunca valorizando a característica natural do cabelo, mas sim tentando transformá-lo em outra coisa, oferecendo para eles soluções para redução de volume e definição

É comum observar mulheres na mídia falando sobre como encontraram a si mesmas a partir do momento em que aderiram aos cabelos crespos, cacheados ou naturais. Essa é uma forma de se libertar dos padrões impostos pela sociedade, o que faz muitas mulheres abandonarem, assim, o alisamento químico. A partir dessa ação, essas mulheres empoderaram-se, isto é, reconhecem-se como mulheres negras

1 A primeira pessoa é usada para marcar o relato pessoal da pesquisadora.

assumindo suas raízes e sua história, usam seu cabelo como símbolo de força e, enquanto mulheres empoderadas, quebram padrões estéticos. Sobre esse ponto, King (2015, p.8) informa:

Definido por muitos como “a moldura do rosto”, o cabelo pode dar informações sobre as origens, pertencimentos a grupos sociais e hábitos de uma pessoa, aproximando ou afastando indivíduos enquanto elementos de identidade corporal. Eles possuem uma grande capacidade de expressão simbólica, vinculados a um contexto sociocultural.

Em algumas culturas, o cabelo é considerado símbolo que marca a beleza da mulher e que constrói sua identidade. Por este motivo, procura-se trazer a mulher negra e a resignificação do cabelo na construção de sua identidade. Sabe-se que o empoderamento refere-se a uma luta em busca da transformação social, da ocupação do próprio lugar na sociedade, sem que seja alvo de críticas, preconceito e inferiorização. Sem dúvidas, é uma temática que vem ganhando mais destaque, principalmente quando aliadas às questões de identidade e combate ao racismo e todos os danos gerados por ele, sejam físicos ou psicológicos.

Dessa forma, a mulher já nasce com a necessidade de desenvolver o empoderamento, e quando depara-se com os padrões de beleza e a influência da mídia, ainda precisa lutar contra imposições sociais referentes ao seu próprio corpo. No caso da mulher negra, essas imposições são ainda piores, devido ao racismo e à reprodução da ideia do branqueamento, que tem como foco ser contra os aspectos naturais de qualquer cabelo negro, deixando-os sem volume, presos, lisos, contra a vontade das mulheres de utilizar seus cabelos naturais, soltos e com o volume que desejar. A mídia tem um papel muito importante na construção de representações sociais, uma vez que é capaz de produzir e disseminar informações, as quais passam a orientar os pensamentos de muitas mulheres que estão em busca de dicas de beleza.

Com isso, objetiva-se responder o seguinte questionamento: Como o cabelo, enquanto símbolo do empoderamento feminino contribui na construção da identidade da mulher negra? Além disso, analisa-se a propaganda de *shampoo Tresemmé*, intitulada “*Meu cabelo liso ressalta o melhor em mim*”, para evidenciar seu significado para a mulher negra, uma vez que tem por objetivo mostrar que um símbolo identitário como o cabelo ainda é subordinado aos ditames da sociedade.

Pelo nome que a campanha tem, já se percebe como o cabelo é visto, e como ele precisa ser, isto é, trata-se de uma amostra de como deve ser o cabelo de todas as mulheres.

A mulher negra que rompe com esses paradigmas e assume os seus cabelos encontra uma forma de demonstrar sua ancestralidade. Sabe-se que, em alguns países, o cabelo é visto como *status* de beleza, dessa forma, ao assumir o seu cabelo tal e qual ele é, a mulher afasta-se daquilo que é determinado pela moda da estética branca, impondo-se socialmente. GOMES (2002, P.2) cita que:

O cabelo e o corpo são pensados pela cultura. Nesse sentido, o cabelo crespo e o corpo negro podem ser considerados expressões e suportes simbólicos da identidade negra no Brasil. Juntos, eles possibilitam a construção social, cultural, política e ideológica de uma expressão criada no seio da comunidade negra: a beleza negra. Por isso não podem ser considerados simplesmente como dados biológicos.

Em uma época em que se fala tanto em empoderamento feminino, depara-se, então, com uma empresa muito conhecida no mercado, a qual faz alusão a uma ideologia, dizendo que é o cabelo liso é que ressalta o melhor em você. Algumas mulheres vão se encontrar nessa publicidade; elas serão influenciadas pela palavra do outro, pois muitos sujeitos constroem sua identidade sendo influenciados pelo outro.

O meio em que se vive é o que constitui o sujeito, muitas vezes, um sujeito preconceituoso, pois está inserido em uma sociedade com alicerces racistas. Pensando nisso, busca-se aqui uma forma de mostrar como se dá o empoderamento da mulher negra, através da estética da sua beleza e da sua valorização. Nesse sentido, com grande influência do outro, sempre se busca, de certa forma, uma aceitação, e esse fato ressalta que, em uma sociedade racista, cheia de preconceitos, o empoderamento do cabelo da mulher negra ainda é tabu.

2. PADRÕES DE BELEZA E INFLUÊNCIA DA MÍDIA NA REPRESENTAÇÃO SOCIAL

Os padrões de beleza são impostos às mulheres desde muito cedo, com o objetivo de agradar quem as observa. Silva (2014) relata que, desde os anos 1980, esses padrões de beleza, que vêm de uma visão eurocêntrica, passaram a ser mais discutidos e analisados devido à grande aceitação do mundo da moda. Assim, Giddens (2016) aponta que, inicialmente, apresentavam-se somente modelos magras, brancas, altas, com cabelos grandes e lisos, criando um padrão que aprisionava as modelos e meninas que sonhavam em seguir essa profissão, ao mesmo tempo em que não aceitavam ninguém fora desse perfil. Bohm (2018) pontua que as mulheres que se encaixavam no perfil sofriam para se manter no mesmo peso e as mulheres rejeitadas, por não apresentarem o padrão aceito na época, sofriam querendo alcançar aquele objetivo: algumas querendo emagrecer; outras por não ter a altura desejada; outras por não serem brancas e não poderem ser aceitas.

Todo o desconforto gerado pelo não cumprimento dos padrões afetam a autoestima das mulheres, que já estavam ganhando sua independência e sendo aceitas em diversas profissões, trabalhando e não dependendo do sustento dos pais e maridos, de modo que a insatisfação por não serem aceitas, somente nessa área, era compreendida como falta de beleza.

As autoras Ribeiro e Idelbrando (2019) ressaltam que outro ponto de destaque que influenciou o conceito do padrão de beleza foi a globalização, que, através dos meios de comunicação, aproximaram os países, proporcionando uma troca de informações. Dessa maneira, as pessoas começaram a descobrir as particularidades socioculturais, de modo que as mulheres começaram a ser influenciadas pelo modelo de beleza, pela quantidade de informações errôneas que recebiam, em que se transmitia a ideia de que a felicidade estava em se encaixar nesse padrão já estabelecido.

Levando-se em consideração que, à medida que se cresce, e que se interage com o social, vão-se constituindo novas ideias e assim se formando identidades, nota-se como a palavra do outro afeta a essência do ser, como muda os sentidos, e provoca transformação a cada novo enunciado. Para BAKHTIN (2012, P.113).

Toda palavra serve de expressão a um em relação ao outro. Através da palavra, defino-me em relação ao outro, isto é, em última análise, em relação à coletividade. A palavra é uma espécie de ponte lançada entre mim e os outros. Se ela se apoia sobre mim numa extremidade, na outra apoia-se sobre o meu interlocutor. A palavra é o território comum do locutor e do interlocutor.

Nessa perspectiva, tendo em vista que a palavra do outro nos afeta, entende-se que uma propaganda de mídia pode influenciar o sujeito, sobretudo, uma campanha como a do *shampoo Tresemmé*, intitulada “*Meu cabelo liso resalta o melhor em mim*”. Nesse viés, na figura a seguir, pode-se observar a imagem de uma mulher negra, e como o enunciado do texto mostra que o cabelo liso vai ressaltar o melhor da mulher.

Figura 1 – Campanha do shampoo *Tresemme*, intitulada “*Meu cabelo liso resalta o melhor em mim*”.



Fonte: <https://www.unilever.com.br/brands/our-brands/tresemme.html>.

Observa-se que a imagem tem um grande significado para a mulher negra, pois ela está carregada de sentidos. Nesse contexto, existe um público que é atingido positivamente pela campanha, que se reconhece como sujeito, e outro que não se identifica com a proposta da campanha. Sobre isso BAKHTIN (2012, P.40)

As palavras são tecidas a partir de uma multidão de fios ideológicos e servem de trama a todas as relações sociais em todos os domínios. É portanto claro que a palavra será sempre o *indicador* mais sensível de todas as transformações sociais, mesmo daquelas que apenas despontam, que ainda não tomaram forma, que ainda não abriram caminho para sistemas ideológicos estruturados e bem formados.

Então, em uma interação com esta propaganda, os sujeitos vão se constituir, mas cada um de uma forma diferente. Partindo do pressuposto de que o sujeito se constitui na linguagem, essa propaganda é relacionada a todo sujeito que se constitui com palavras alheias. As palavras estão sempre carregadas de um sentido, o que influencia a vivência do sujeito: “É assim que compreendemos as palavras e somente reagimos àquelas que despertam em nós ressonâncias ideológicas ou concernentes à vida (BAKHTIN, 2012, p. 96)

No texto, pode-se notar uma ideologia, visto que o enunciado da campanha não é neutro, ele provém de algum lugar. Pode-se questionar sobre isso, sobre as marcas que esse enunciado traz. Esse enunciado apresenta uma circunstância, em que as mulheres alisavam seu cabelo para se integrar ao meio em que viviam. Nesse sentido, pode-se pensar no texto e pensar o mundo, a palavra como signo ideológico, como ela influencia as pessoas, como as palavras são carregadas de diversos sentidos, para cada um haverá um significado (BAKHTIN, 2012).

Pensando em como a mulher interage com o discurso do outro (discurso da publicidade), e como esta interação pode constituir sua identidade, percebe-se que algumas mulheres podem aceitar o que o enunciado da propaganda traz, e outras não. Para Miotello e Moura (2013, p. 50),

A constituição do eu sempre é uma concessão do outro. A iniciativa do diálogo é sempre do outro. E eu vou me constituindo no ato responsivo, fora de mim mesmo, mesmo que ao meu alcance. Vou me constituindo nos limites entre eu e o outro, vou existindo pelas ofertas do outro. Nesse jogo a minha identidade é uma atividade coletiva, cujo ponto de partida é sempre o outro.

Tendo em vista que é a partir do outro que o sujeito se constitui, busca-se trabalhar o cabelo como símbolo da mulher negra, como marca de sua resistência e de seu empoderamento, evidenciando uma análise que servirá de reflexão para outros sujeitos. No entanto, é relevante observar que o empoderamento da mulher negra se dá quando ela elimina as barreiras impostas a toda a população negra; quando se sente bem consigo mesma. Não se quer, neste trabalho, impor um

padrão segundo o qual a mulher negra, para ser empoderada, deve ter o cabelo dentro do padrão *Black*, afro, ou cacheado.

Ademais, segundo o site *Lifestyle* (2020), saindo do mundo da moda, os padrões de beleza foram enraizados, copiando o mesmo padrão, assim até as mulheres que não eram e não queriam ser modelos, foram afetadas pela cobrança social, gerando um incentivo à exposição dos traumas gerados. É preciso, ao contrário, proporcionar visibilidade de que não existe um padrão certo de beleza, abrindo a visão para a beleza que cada mulher possui dentro das suas características físicas.

Apesar da visibilidade e de todo o reconhecimento de que não existe um padrão de beleza certo, Rocha et al (2016) explica que a mídia ainda influencia a opinião de inúmeras pessoas, voltando a gerar desconforto no que diz respeito à aparência, além de aumentar a busca por tratamentos estéticos, cirurgias plásticas, dietas sem acompanhamento entre outras medidas que são buscadas no desespero de se encaixar nos padrões. Cury (2015, p. 28) cita que

O padrão de beleza imposto pela mídia faz das mulheres e adolescentes escravas da beleza, assim as pessoas afetadas perdem o prazer de viver, apresentam sinais de isolamento da vida em sociedade por não aceitarem sua aparência, entram em guerra com o espelho e desenvolvem um quadro de autorrejeição.

Sob esse enfoque, o empoderamento também está no ato da mulher se sentir livre, e utilizar o cabelo da forma que ela quiser. Compreende-se que a ideia de pertencer a um padrão de beleza é alimentada pelo fator cultural, divulgada pela mídia e alimentada pela indústria da beleza, que diariamente fornece produtos para melhorar a aparência, seja da pele, seja dos cabelos, além de produtos com ações voltadas à quebra de gordura, combate à flacidez, entre outros.

Por meio da indústria da beleza e da promessa de alcançar diversas melhorias estéticas, passa-se a ideia de que beleza, felicidade, sucesso e aceitação são indispensáveis para a vida, além de não ser satisfatório possuir um ou outro, sendo necessários todos para uma vida realmente plena.

Ribeiro e Idelbrando (2019) apontam que essa indução faz com que a indústria da beleza conquiste cada vez mais clientes e lucro. Nesse contexto, os fabricantes de cosméticos, por exemplo, vendem a premissa do cuidado do corpo de forma massiva, disponibilizando produtos para todos os propósitos.

As autoras ainda apontam que os fabricantes de roupas também participam da indústria da beleza, mostrando a importância de usar suas roupas, salientando não só a qualidade das mesmas, mas também que, com seu uso, a pessoa terá mais confiança, será notada e parecerá mais bonita. Sob esse viés, nota-se que a indústria da beleza reforça a ideia da necessidade de seguir um padrão, cercando seus consumidores ao fornecer opções para diversas finalidades, fazendo com que a aparência seja a principal preocupação social.

3. EMPODERAMENTO FEMININO: CONSTRUÇÃO DA IDENTIDADE DA MULHER NEGRA

O empoderamento feminino inicia-se com a construção da identidade, que não é um processo simples e fácil. Segundo Rocha et al (2016), é um momento complexo que percorre etapas até que a identidade seja totalmente formada e sofre influência de diversos fatores, como o fator familiar, social, cultural, sexual, profissional, estético e até mesmo os fatores relacionados ao preconceito e ao racismo.

Munanga (2012) ressalta que a identidade é voltada aos valores, à individualidade e às expectativas de cada pessoa. Diante disso, no caso das mulheres negras, sua identidade é voltada ao seu desejo de continuidade, a sua vontade de aceitação social, profissional e as preocupações relacionadas ao racismo. Batista (2019) explica que a estética negra precisa ser valorizada, de forma que a área e seus profissionais atuem contra o racismo. Considerando que inicialmente todo o estudo e os investimentos foram voltados aos brancos, nos últimos tempos, através do combate ao racismo e da conscientização da igualdade, o mercado de cosméticos passaram a investir em produtos para negros, porém a variedade ainda é pequena diante dos cosméticos e opções de tratamento para a branca.

Na figura, a seguir, pode-se observar a tabela comparativa em número de pessoas, entre a população negra e a população branca, de acordo com as faixas etárias.

Tabela 1 – Distribuição etária por cor ou raça.

Faixa etária	Distribuição etária da população					
	Total (1 000 pessoas)		Cor ou raça			
			Branca		Preta ou parda	
	Absoluto	CV (%)	Absoluto	CV (%)	Absoluto	CV (%)
Total	207 853	-	89 663	0,5	115 965	0,4
0 a 4 anos	13 124	0,9	6 076	1,5	6 940	1,2
5 a 9 anos	13 645	0,9	5 629	1,4	7 900	1,1
10 a 14 anos	14 923	0,8	5 757	1,4	9 040	1,0
15 a 19 anos	16 442	0,8	6 010	1,3	10 294	1,0
20 a 24 anos	16 048	0,8	6 348	1,3	9 542	1,0
25 a 29 anos	15 006	0,8	6 160	1,4	8 686	1,1
30 a 34 anos	16 072	0,8	6 600	1,4	9 274	1,0
35 a 39 anos	16 906	0,8	7 027	1,5	9 689	1,0
40 a 44 anos	15 187	0,8	6 390	1,4	8 622	1,0
45 a 49 anos	13 519	0,8	5 858	1,4	7 507	1,1
50 a 54 anos	13 324	0,9	6 101	1,4	7 099	1,1
55 a 59 anos	11 676	1,0	5 499	1,6	6 046	1,2
60 a 64 anos	10 109	1,1	4 888	1,7	5 083	1,4
65 a 69 anos	7 821	1,2	3 804	1,8	3 914	1,5
70 a 74 anos	5 689	1,4	2 922	2,1	2 682	1,8
75 a 79 anos	3 838	1,7	2 055	2,4	1 733	2,2
80 anos e mais	4 524	1,7	2 538	2,4	1 915	2,1

Fonte: IBGE (2018).

Além disso, na figura a seguir, apresenta-se a tabela comparativa em percentual do número de negros e pardos.

Faixa etária	Distribuição etária da população					
	Total (1 000 pessoas)		Distribuição percentual por cor ou raça			
			Branca		Preta ou parda	
	Absoluto	CV (%)	Proporção	CV (%)	Proporção	CV (%)
Total	207 853	-	43,1	0,5	55,8	0,4
0 a 4 anos	13 124	0,9	46,3	1,0	52,9	0,9
5 a 9 anos	13 645	0,9	41,3	1,1	57,9	0,8
10 a 14 anos	14 923	0,8	38,6	1,1	60,6	0,7
15 a 19 anos	16 442	0,8	36,6	1,1	62,6	0,6
20 a 24 anos	16 048	0,8	39,6	1,1	59,5	0,7
25 a 29 anos	15 006	0,8	41,1	1,1	57,9	0,8
30 a 34 anos	16 072	0,8	41,1	1,1	57,7	0,8
35 a 39 anos	16 906	0,8	41,6	1,1	57,3	0,8
40 a 44 anos	15 187	0,8	42,1	1,0	56,8	0,8
45 a 49 anos	13 519	0,8	43,3	1,1	55,5	0,8
50 a 54 anos	13 324	0,9	45,8	1,0	53,3	0,9
55 a 59 anos	11 676	1,0	47,1	1,1	51,8	1,0
60 a 64 anos	10 109	1,1	48,4	1,1	50,3	1,1
65 a 69 anos	7 821	1,2	48,6	1,2	50,0	1,2
70 a 74 anos	5 689	1,4	51,4	1,3	47,1	1,4
75 a 79 anos	3 838	1,7	53,5	1,5	45,2	1,8
80 anos e mais	4 524	1,7	56,1	1,4	42,3	1,8

Tabela 2 – Distribuição percentual.

Fonte: IBGE (2018).

É possível notar que a população negra e parda são maioria no país, diante disso, compreende-se a necessidade do combate ao racismo em um cenário em que não deveria existir. Ao mesmo tempo, justifica-se a necessidade de tratamentos estéticos e cosméticos voltados a todos os tipos de pele como forma de atender a toda a população e também como meio de cobrir o mercado da estética de forma geral, sem privilegiar ou excluir um nicho de consumidores.

Sobre esse ponto, Freitas et al (2018) destacam a dificuldade que as mulheres, enquanto consumidoras mais atuantes no mercado da estética, relatam ao procurar tratamentos e cosméticos voltados para a pele negra. Também, Vieira (2015) cita que “a estética negra é extremamente desvalorizada”, o que resulta na necessidade da criação de espaços de beleza especializados no público negro, como meio de evitar que a sociedade opressora desmotive os negros a buscarem tratamentos estéticos.

Segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE (2018), 55,8% da população brasileira é composta por negros e pardos, o que evidencia a necessidade de existência de produtos, tratamentos e cuidados específicos para esse tipo de pele. Assim, verifica-se que, do nascimento até os 69 anos, a população em maior proporção corresponde aos negros, sendo necessário voltar a atenção a tratamentos que atendam às suas necessidades, também como forma de contemplar esse público.

Diante disso, os autores Nardin e Gutierrez (2013) apontam que, nos últimos anos, ocorreu um crescimento na produção de cosméticos voltados aos negros, buscando atender à necessidade da maior parte da população. Com relação a esse ponto, os autores Sampaio e Rivitti (2017) destacam que a grande demanda por tratamentos e cuidados estéticos originam-se no bem-estar causado pela boa aparência e pela segurança de ser sentida dentro dos padrões estéticos. Diante disso, o cuidado para com o público feminino negro pode ser construído de forma que as mulheres possam elevar sua autoestima com os tratamentos, ao mesmo tempo em que a área evita o racismo, fornecendo opções de produtos e tratamento para todos os tipos de pele, sem distinção e sem que uma parcela da população seja excluída.

Segundo Cury (2015), o empoderamento feminino virou uma tendência nos últimos anos, sendo uma ação coletiva de consciência voltada ao desenvolvimento da independência feminina e à expressão de sua força. Segundo Sardenberg (2009, p. 2), “na vertente feminista, o empoderamento está relacionado a todo o processo de libertação das mulheres”, em que as mulheres assumem o controle de suas vidas, desligando-se e ressignificando as questões sociais, mostrando sua autonomia, através de sua luta. De acordo com Azevedo (2019), o empoderamento feminino significa a obtenção do poder, ou seja, trata-se de uma progressão essencial ao desenvolvimento e à melhoria de vidas das mulheres que diariamente são alvo de críticas, opressões e preconceito por questões sociais.

Bohm (2018) destaca que o empoderamento feminino teve origem no século XIX, através de movimentos políticos e sociais, buscando destacar a força da mulher. Na época de seu surgimento, as mulheres apenas lutavam pelo direito de ler, escrever e participar da sociedade, posteriormente o empoderamento, direcionou-se a outras finalidades que ainda precisam ser conquistadas, gerando satisfação, reconhecimento e atendendo aos direitos femininos. Em vista disso,

conforme a ONU Mulheres (2016), o empoderamento feminino segue alguns princípios que podem ser observados na figura abaixo.

PRINCÍPIOS DE EMPODERAMENTO DAS MULHERES

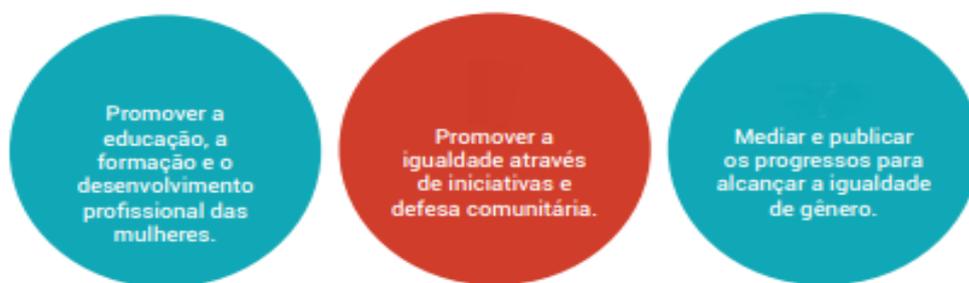


Figura 2

–
Princípios do empoderamento.

Fonte: ONU Mulheres (2016).

De acordo com os princípios apresentados pela ONU Mulheres (2016), o empoderamento busca promover a educação, a formação e o desenvolvimento profissional, promove a igualdade através de iniciativas e pública, como meio de estimular o alcance da igualdade de gênero. Assim, dentro dos princípios apresentados, observam-se ramificações que envolvem todos os setores da vida, que também referem-se à construção da própria identidade, sem a influência do sistema patriarcal e da mídia com seus padrões de beleza.

3.1. O racismo

Sabe-se que o racismo é um problema social gravíssimo contra os negros, muitas vezes, apresentado de forma sutil, escondido em brincadeiras ou piadas, e, em outras, com uso da violência. Em ambas situações, causa desconforto e dor em seus alvos, ao mesmo tempo em que se sabe que, legalmente, o comportamento é inadequado e criminoso. Nesse sentido o racismo é definido por VAN DEN BERGHE (1967, p. 11 apud JONES, 1972, p. 4) como:

Qualquer conjunto de crenças de que diferenças (reais ou imaginárias) orgânicas, geneticamente transmitidas entre grupos humanos, são intrinsecamente associadas à presença ou à ausência de algumas características ou capacidades socialmente significativas, e, portanto, que tais diferenças constituem uma base legítima de distinções injustas entre grupos socialmente definidos como raças.

Santos (2019) explica que, devido ao avanço dos povos, a mistura das culturas e a migração, a ideia de etnocentrismo se tornou mais evidente e, ao mesmo tempo, distorcida, causando o que conhecemos com racismo, levando a ideia da existência de uma superioridade entre as pessoas. Assim, acreditava-se que os brancos eram superiores aos negros enquanto deveriam observar que todos são iguais, sem existência de uma raça inferior ou superior.

Giddens (2016) aponta que, para frear o comportamento racista, foi necessário enquadrá-lo como crime passível de pena, tentando eliminar de vez o preconceito e toda a crença cultural, vindos desde a época da escravidão, e que, mesmo após a libertação, permaneceram enraizados na sociedade. Desse modo, tomando-se por base a época em que o negro era feito de escravo, percebe-se que muitos, ao ganharem a liberdade, ficaram nas ruas em busca de emprego digno e remunerado, porém, devido ao racismo, grande parte não conseguia emprego, sendo considerado com desclassificado socialmente, e, quando conseguia, sua remuneração não era compatível com suas necessidades, e era inferior ao que um trabalhador branco recebia pela mesma função. Isso mostra que, mesmo livre, o negro continuava preso pelas amarras do preconceito, que sempre estiveram enraizados na sociedade.

Assim, Munanga (2012) destaca que, atualmente, devido à conscientização social e também devido à atuação das Leis em cima dos crimes de racismo, o negro

não é mais visto como antigamente. Contudo, sabe-se que o obstáculo social ainda existe e muito provavelmente existirá por mais alguns anos, pois é um problema do passado, presente e do futuro. Nessa perspectiva, buscando diminuir o número de práticas de racismo, a Lei n 7.716, aponta que

Art. 1 Serão punidos, na forma desta Lei, os crimes resultantes de discriminação ou preconceito de raça, cor, etnia, religião ou procedência nacional, com pena de reclusão entre 2 e 5 anos.

Art. 20 Praticar, induzir ou incitar a discriminação ou preconceito de raça, cor, etnia, religião ou procedência nacional, com pena de reclusão de um a três anos e multa. (BRASIL, 1989)

Desse modo, após 31 anos da referida Lei, considera-se que é preciso mais entendimento da igualdade social, já que os negros ainda são constantemente alvo de preconceito e violência. A Lei precisa tornar-se mais efetiva e rígida com seus praticantes, de forma que, se o seu entendimento não funcione, ela atue na correção do comportamento racista. Embora, muitas vezes, o racismo ocorra de forma velada, a legislação luta para eliminar o preconceito social em todas as suas formas. Nesse sentido, a luta é contra o sistema que desrespeita pessoas negras (muitas vezes, negras e pobres).

4. O CABELO COMO SÍMBOLO DO EMPODERAMENTO, RESISTÊNCIA E IDENTIDADE

O cabelo é um símbolo de grande poder e preocupação feminina. Naturalmente as mulheres têm cuidado com a aparência dos seus cabelos e recorrem a diversos tipos de produtos e tratamentos que resultem em maior hidratação, brilho, maciez, reconstrução etc., uma vez que o cabelo faz parte de sua identidade. Diante disso, é fácil perceber que até com relação aos cabelos existe um modelo imposto socialmente, em que a tendência é levar as mulheres a alisarem seus fios, fazendo parte de um padrão estético.

Na figura a seguir, pode-se observar a classificação dos cabelos, conforme sua textura.

Figura 3 – Classificação da textura dos cabelos.



Fonte: Balhego (2016).

Ao fazer do cabelo um símbolo de resistência e empoderamento, quebra-se e abandona-se o padrão imposto de forma que as mulheres possam deixar seus cabelos da forma que mais as agradam, seja liso, crespo ou cacheado. Dessa maneira, assume-se para si e para a sociedade sua identidade, seja ela qual for, ao mesmo tempo em que detém o controle de sua liberdade.

O empoderamento relacionado ao cabelo permite que as mulheres, além de assumi-los e deixá-los conforme a própria preferência, possam cobrar das indústrias de cosméticos produtos específicos para seus tipos e finalidade. Pinto (2016, p. 34) cita que “a identidade nacional brasileira estabeleceu-se mestiça e foi construída através de sincretismos culturais, com o objetivo de construir no imaginário da população a ideia de pertencimento cultural comum a um só povo.” Com isso, fez-se com que a representação dos cabelos ganhasse destaque. O autor também ressalta a necessidade de eliminar o “mito da democracia racial”, de forma que os afro-brasileiros percebam que, historicamente, seus antepassados ocuparam lugares

poucos privilegiados e que é essencial a luta por lugares de destaque, quebrando o padrão de inferioridade que foi imposto, transformando essa luta social em uma prioridade.

Tal transformação social pode ser iniciada pelos cabelos, uma vez que as mulheres negras crescem ouvindo que seu cabelo não é bom; deparam-se com situações em que o cabelo crespo é associado a uma imagem ruim; nesses casos, o preconceito e o racismo afetam a autoestima das mulheres, empurrando-as a buscar por alisamentos. Segundo Gomes (2012, pp. 8-9),

Dentre as muitas formas de violência imposta aos escravos e à escrava estava a raspagem do cabelo. Para o africano escravizado esse ato tinha um significado singular. Ele correspondia a uma mutilação, uma vez que o cabelo para muitas etnias era considerado como marca de identidade e dignidade. Esse significado social do cabelo negro atravessou o tempo, adquiriu novos contornos e continua com muita força entre os negros da atualidade.

Assim, percebe-se que a ideia do cabelo ruim, que deve ser modificado, vem de muitos anos, ignorando a vontade das mulheres de expor sua identidade, porém, somente com o passar dos anos, que o pensamento vem sendo modificado diante do empoderamento feminino e da resistência.

Matos (2015) aponta que, desde a época da escravidão, os Europeus (brancos) não reconhecem nos outros a identidade coletiva, partindo então para a imposição das mudanças. Nessa perspectiva, devido ao fato de o cabelo remeter às origens afro, buscavam-se meios de “melhorá-lo”, gerando o sentimento de rejeição social por sua não aceitação. Pinto (2016, p. 51) também cita que

Dentro de uma cultura em que prima pela estética branca, o uso do cabelo crespo não passa despercebido a olhares preconceituosos, para as mulheres que assumem o seu uso. Por ser também uma linguagem política, o cabelo crespo cumpre funções: além de estética, demarca um lugar de lutas, e também de oferecer novas formas de sentirem-se bonitas.

A partir desse contexto, observa-se que a mídia gera muita influência com as constantes divulgações de produtos voltados ao alisamento e com a ênfase que dá à necessidade de se ter cabelos cada vez mais lisos. Trata-se, assim, de cabelo crespo, cacheado e ondulado como cabelos inadequados e feios, contrariando a etnia da pessoa por questões de racismo. Em vista disso, o não alisamento mostra que a resistência da mulher negra põe fim a intenção de branquear a população,

reduzindo as características afro da miscigenação. Nesse sentido, as mulheres entendem que não existe motivo para se sentir desconfortável com seus cabelos e que estes devem ser cuidados da forma que desejarem. Além disso, ressaltam a não aceitação do branqueamento e da eliminação de sua origem, ignorando o padrão de beleza que é imposto pela estética branca, a qual, apesar da maior parte da população brasileira ser de pardos e negros, ainda apresenta o mesmo pensamento perpetuado pelos Europeus na chegada ao Brasil.

Balhego (2016) detalha que o cabelo torna-se uma referência devido à sua simbologia de reconhecimento cultural, além disso, o cabelo pode ser considerado como meio de aumentar o poder e a capacidade de sedução da mulher (por isso a necessidade de cobri-lo em algumas religiões e países).

Matos (2015, p. 29) cita que a “valorização do cabelo crespo não tem a intenção de marginalizar outras texturas capilares, mas apenas de alcançar o reconhecimento das características negras como uma característica dotada de beleza”. Dessa forma, o cabelo crespo pode ter seu reconhecimento sem a necessidade de diminuir outras identidades na busca por seu espaço. Conforme Alves (2017, p. 18),

O Brasil é um exemplo de país onde é possível encontrar uma variedade de tipos de fios capilares desde lisos a crespos, devido a sua formação histórica e cultural, constituída por índios, negros, asiáticos, europeus, etc.

Assim, o cabelo é considerado o responsável por determinar a classificação racial e o rótulo de bom/aceitável ou ruim/inaceitável, fazendo com que a indústria observe, na quantidade de cabelos considerados como ruins, uma oportunidade de empurrar tratamentos com a finalidade de oferecer reconhecimento e valorização às mulheres. Estas, porém, cansadas de aceitar a imposição, resolveram dar fim a esse movimento, valorizando-se como realmente são, sem aceitar os rótulos. Para Varela (2017, p. 43),

Juntamente com a cor da pele, o cabelo crespo e cacheado é um dos principais componentes formadores da identidade negra, sendo na maioria das vezes alvo de descontentamento por parte das mulheres que foram sempre pressionadas a tentar camuflar suas características fenotípicas, para se tornarem mais “aceitáveis” aos olhos de uma sociedade que coloca como padrão de beleza a mulher branca caucasiana europeia.

Nessa lógica, conforme a autora, abandonar o padrão imposto para os cabelos é mais do que um processo estético, sendo um processo social afirmativo da relação da identidade negra.

5. CONCLUSÃO

Através da elaboração do presente estudo, verifica-se que os padrões de beleza referem-se a imposições realizadas pelos brancos, devido à influência dos Europeus, que somente percebem a beleza em características semelhantes às suas, em que se inclui basicamente: ser branco, magro e alto. Assim, qualquer característica que fuja disso já se torna um ponto que *deve ser melhorado ou corrigido*.

A indústria da beleza, nesse contexto, auxilia na reprodução desse pensamento, oferecendo e disponibilizando, de forma massiva, produtos que perpetuam a imposição da raça branca, com a promessa de se ter mais valorização, aceitação e autoestima como resultado. Essa cultura gera insatisfação nas mulheres, fazendo com que, através do empoderamento feminino, busquem eliminar a visão errônea imposta pelo padrão de beleza instituído. Em vista disso, passam a cobrar da indústria de beleza produtos específicos para a estética de suas peles e cabelos. Assim, cada vez mais, o empoderamento recebe aliadas na luta pela transformação social, na quebra da padronização da beleza e no reconhecimento da beleza em características diversas. Outro ponto de destaque do empoderamento feminino da mulher negra é o cabelo como símbolo de sua identidade e aceitação. Nesse sentido, deixam-se de lado os alisamentos (que são condição para se tentar pertencer ao padrão imposto) e se passa a deixar seus cabelos da forma que realmente lhes agrada, seja crespo ou cacheado, assumindo e expondo a beleza de seus fios naturais, sem a sensação de inferioridade. Assim, manter o cabelo fora do padrão mostra a resistência em aceitar uma identidade estabelecida através de bases racistas; ao mesmo tempo, gera valorização às suas origens e ao seu poder de decisão e de escolha pessoal. Isso reflete na questão da luta contra o racismo, em que, cada vez mais, pessoas lutam por seus direitos, combatendo a perpetuação desse problema social que gera desconforto e violência. Portanto, foi possível alcançar os objetivos propostos pelo trabalho, ao mesmo tempo em que se responde

ao questionamento levantado inicialmente: *Como o cabelo, enquanto símbolo do empoderamento feminino, contribui na construção da identidade da mulher negra?*

Em 2014, decidi passar pela transição capilar. É um processo de escolha e de aceitação. Aprendi muito sobre cabelo, dei adeus à progressiva, quando resolvi dar uma chance ao meu cabelo, para eu ser quem eu sou. Os tempos mudaram, agora encontro vários produtos para o meu tipo de cabelo. Não preciso mais passar horas no salão fazendo alisamento; acabou o couro cabeludo queimado, os olhos ardendo pelo formol; aceitei o volume do meu cabelo, até mesmo o *frizz* é bem-vindo. Atualmente, em todo lugar, vejo muitas de mim, que me representam. Os comentários maldosos ainda continuam, mas agora não dói mais tanto, pois estou regada de informação e empoderamento. Eu mudei... o mundo ainda não. Uma jornada difícil, mas, a cada dia, aprendo mais e mais sobre o meu cabelo, descobri que ele é a minha identidade, eu escolhi ser eu, decidi ter minha própria personalidade. Eu amo a cada fio de cabelo.

REFERÊNCIAS

ALVES, E. de O. **O cabelo crespo e a valorização da mulher negra brasileira.** Universidade Federal do Rio de Janeiro. Centro de Filosofia e Ciências Humanas. Rio de Janeiro, 2017.

AZEVEDO, E. **Raça, conceito e preconceito.** São Paulo: Atlas, 2019.

BAKHTIN, M.M. **Marxismo e filosofia da linguagem: problemas fundamentais do método sociológico da linguagem/ Mikhail Bakhtin (V. N. Volochínov).** 13ª. ed. – São Paulo: Hucitec, 2012.

BALHEGO, J. de M. **Cabelo Ruim? A Representação do Cabelo Crespo na Publicidade Brasileira.** Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação. Porto Alegre, 2016

BATISTA, R. **Estética negra empodera, sim.** Publicado em 2019. Disponível em: <<https://www.geledes.org.br/estetica-negra-empodera-sim-porque-nao-da-para-enfrentar-o-racismo-quando-voce-ainda-se-odeia/>> Acesso em 10 jan. 2021.

BOHM, C. C. Um peso, uma medida. O padrão de beleza feminina apresentado por três revistas brasileiras. São Paulo: **Uniban**, 2018.

BRASIL. Presidência da República. Casa Civil. Subchefia para assuntos jurídicos. **Lei nº 7.716 de 1989.** Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l7716.htm> Acesso em 21 jan. 2021.

CURY, A. J. **A ditadura da beleza e a revolução das mulheres.** Rio de Janeiro: Sextante, 2015.

FREITAS, C. M. S. et al. **O padrão de beleza corporal sobre o corpo feminino.** Publicado em 2018. Disponível em: <<https://www.scielo.br/pdf/rbefe/v24n3/a10v24n3.pdf>> Acesso em 10 jan. 2021.

GIDDENS, A. **A sociologia.** Porto Alegre: Artmed, 2016.

GOMES, Nilma Lino. **Corpo e cabelo como símbolos da identidade negra.** In: *Relações raciais*, 2012. Disponível em: <<http://www.acaoeducativa.org.br/fdh/?p=1567>> acesso em 12 de abril de 2021.

GOMES, Nilma Lino. **Corpo e cabelo como ícones de construção da beleza e da identidade negra nos salões étnicos de Belo Horizonte.** São Paulo: USP, 2002. Tese: doutorado.

História - O destino dos negros após a Abolição 2011. Ano 8. Edição 70 – 29/12/2011. Para Todos nº 458, 24 de setembro 1927. Disponível em: <https://www.ipea.gov.br/desafios/index.php?option=com_content&id=2673%3Acatid%3D28>

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE. Publicado em 2018. Disponível em: <<https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/21206-ibge-mostra-as-cores-da-desigualdade>> Acesso em 12 jan. 2021.

JONES, J. **Racismo e preconceito.** São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 1972.

KING, Ananda Melo. Os cabelos como fruto do que brota de nossas cabeças. **Geledés Instituto da Mulher Negra.** Disponível em: <https://www.geledes.org.br/os-cabelos-como-fruto-do-que-brota-de-nossas-cabecas/> Acessado em: 22 dez de 2020.

MATOS, É, M. S. **Cachear e Encrespar:** moda ou resistência? Um estudo sobre a construção identitária do cabelo afrodescendente em blogs. Universidade de Brasília. Faculdade de Comunicação Social. Comunicação Organizacional, Brasília: DF, 2015.

MELO, C. E. S. **Racismo e violação aos direitos humanos.** Publicado em 2017. Disponível em: <https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/2/2140/tde-02082017-114422/publico/DISSERTACAO_COMPLETA_PDF_CELSO.pdf> Acesso em 11 dez. 2020.

MIOTELLO, V.; MOURA, m. I. Pensando questões sobre a alteridade e a identidade. In: MIOTELLO, V.; SCHERMA; C. C.; TURATI, C. (Org). **Palavras e contrapalavras.** Circulando pensares do Círculo de Bakhtin. São Carlos: Pedro&João Editores, 2013.

MORAES, Bianca; PAULA, Sara; MOREIRA, Benedito. **Mulher negra na publicidade:** a reprodução das desigualdades. Mato Grosso, 2015. Artigo disponível em:<<http://www.portalintercom.org.br/anais/centrooeste2015/resumos/R46-0135-1.pdf>> Acesso em: 21 de abril de 2021.

MUNANGA, K. **Diversidade, identidade, etnicidade e cidadania.** São Paulo, Departamento de Antropologia da USP, 2012.

NARDIN, P; GUTERREZ, S.S. Alfa-hidroxiácidos: aplicações cosméticas e dermatológicas. **Caderno de farmácia,** UFRGS, 2013.

NUNES, S. S. **Racismo contra negros:** um estudo sobre o preconceito sutil. Publicado em 2018. Disponível em: <https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/47/47131/tde-27072018-082636/publico/nunes_do.pdf> Acesso em 18 dez. 2020.

O padrão de beleza da atualidade: Sem mais padrões. Site Lifestyle. Publicado em 2020. Disponível em: <<https://falauniversidades.com.br/o-padrao-de-beleza-da-atualidade-sem-mais-padroes/>> Acesso em 10 dez. 2020.

ONU Mulheres: **Empoderamento das mulheres.** Publicado em 2016. Disponível em:<http://www.onumulheres.org.br/wp-content/uploads/2016/04/cartilha_WEPs_2016.pdf> Acesso em 23 jan. 2021.

PINTO, M. A. **Cabeça feita**: corpo e cabelo como símbolos de identidade negra em cristiane sobral. Universidade do Estado da Bahia. Departamento de Ciências Humanas. Licenciatura em Letras – Língua Portuguesa e Literaturas. Jacobina, Bahia, 2016.

Publicidade Tresseme. Disponível em: <https://www.unilever.com.br/brands/our-brands/tresemme.html>. Acesso em 30.10.2019

RIBEIRO, L. G. P. ILDEBRANDO, M. K. **A influência da mídia no padrão de beleza**. Publicado em 2019. Disponível em: <<http://siaibib01.univali.br/pdf/Larissa%20Gabrielle%20de%20Paula%20Wehner%20Ribeiro%20e%20Morgana%20Karoline%20Ildebrando.pdf>> Acesso em 14 jan. 2021.

ROCHA, AP B. et al. **A influência dos padrões de beleza impostos pela mídia**. Publicado em 2016. Disponível em: <<http://conic-semesp.org.br/anais/files/2016/trabalho-1000022371.pdf>> Acesso em 04 fev. 2021.

SAMPAIO, S. A; RIVITTI, E. A. **Dermatologia**. São Paulo: Artes médicas, 2017.

SANTOS, A. P. **Uma discussão sobre o racismo**. Publicado em 2019. Disponível em: <<http://www.repositoriodigital.ufrb.edu.br/bitstream/123456789/1470/1/TCC%20Ana%20Paula%20dos%20Santos.pdf>> Acesso em 23 mar. 2021.

SARDENBERG, Cecília. Conceituando “Empoderamento” na Perspectiva Feminista (transcrição revisada da comunicação oral apresentada ao **I Seminário Internacional: Trilhas do Empoderamento de Mulheres – Projeto TEMPO**, NEIM/UFBA, Salvador, 2006, ampliado na versão 2009. Disponível em: 19 dez. 2020

SILVA, H. V. **O padrão de beleza imposto pela mídia**. Publicado em 2014. Disponível em: <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/diretorio-academico/_ed794_o_padrao_de_beleza_imposto_pela_midia/> Acesso em 18 dez. 2020.

VARELA, G. G. **Liberdade e resistência**: a inserção do cabelo crespo e/ou cacheado no ambiente organizacional. Universidade de Brasília. Brasília, 2017.

VIEIRA, L. A invisibilidade da estética negra: a dor do racismo. Publicado em 2015. Disponível em: <<https://www.geledes.org.br/a-invisibilidade-da-estetica-negra-a-dor-do-racismo-sobre-nossos-cabelos/>> Acesso em 18 out. 2020.