

## **O cabelo crespo na moda: desconstrução dos estereótipos eurocêntricos**

**Edilene Pimentel Gomes**  
edilenepgomes@gmail.com

**Antonio Takao Kanamaru**  
kanamaru@usp.br.

## O cabelo crespo na moda: desconstrução dos estereótipos eurocêntricos

**Resumo:** O artigo apresenta resultados do percurso de investigação sobre a representação da beleza negra com enfoque na resignificação do cabelo crespo através da análise de imagens das capas de revistas da Vogue Brasil, revista Raça Brasil e Cláudia. Foram selecionadas cinco capas de cada revista, sendo de edições distintas e publicadas durante os anos de 2020 e 2021. Nesta análise observamos a estética e beleza negra brasileira nas edições gráficas como contribuições das revistas de moda na desconstrução dos estereótipos de beleza eurocêntricos. Baseado nos resultados obtidos, consideramos que a presença de mulheres negras com penteados e cortes com seus fios crespos naturais como elementos centrais na moda são relevantes para a resistência e luta afro, e também para a desconstrução dos estereótipos de beleza eurocêntricos.

**Palavras-chave:** Beleza negra; Cabelo crespo; Identidade; Moda.

## *Curly hair in fashion: deconstruction of eurocentric stereotypes*

**Abstract:** *The article presents results from the investigation into the representation of black beauty with a focus on the redefinition of curly hair through the analysis of images from the covers of Vogue Brasil, Raça Brasil and Claudia magazines. Five covers from each magazine were selected, from different editions and published during the years 2020 and 2021. In this analysis, we observed black Brazilian aesthetics and beauty in graphic editions as contributions of fashion magazines to the deconstruction of Eurocentric beauty stereotypes. Based on the results obtained, we consider that the presence of black women with hairstyles and cuts with their natural curly strands as central elements in fashion are relevant to afro resistance and struggle, and also to the deconstruction of eurocentric beauty stereotypes.*

**Keywords:** : *Black beauty; Curly hair; Identity; Fashion.*

## 1. Introdução

Sabe-se que as pessoas negras, sobretudo as mulheres, historicamente sofreram com a pressão social e cultural para se adequarem aos padrões estéticos “branco” vigente. O contexto midiático geral também era evidentemente voltado à reprodução desse padrão. Toda a cultura visual e material era exclusivamente “branco”. Apenas recentemente que houve o surgimento da oferta de produtos cosméticos para o nicho relacionado aos cuidados para os cabelos crespos e pele negra. Profissionais de beleza começaram a se especializar nesse meio. Em suma, em mídias dominantes, a beleza negra não era abordada com frequência, apenas exceções. Com o surgimento dos novos produtos de nicho em varejo devido à demanda negra cidadã crescente e a corrida industrial e comercial dominante, a aceitação da imagem negra começa a se tornar mais comum na sociedade brasileira, embora não sem conflitos.

De acordo com a mesma ótica de Souza (2021, p.45), a qual volta o seu olhar para a experiência de ser negro em uma sociedade de política e cultura com hegemonia branca, o presente artigo teve por objetivo analisar a representação da beleza negra na indústria da moda brasileira e a ressignificação do cabelo crespo enquanto ato político de resistência e desconstrução de padrões estéticos eurocêntricos, à vista que o país se caracteriza ainda como uma sociedade com forte política cultural e econômica hegemônica branca. Portanto, buscou-se analisar na relação entre moda, beleza e identidade, perceber e identificar a manutenção e valorização da beleza negra baseada no cabelo crespo natural, como linguagem formal e estratégia de resistência, redefinição e reconhecimento da identidade e beleza negra.

Neste contexto, é importante ressaltar que, como salienta Barnard (2003) e Godart (2010), a indústria da moda se apresenta como um dos setores que mais vendem imageticamente o conceito de beleza e o seu consumo está diretamente ligado às questões de cultura, identidade e pertencimento. Trata-se ainda de aspectos importantes na formação da identidade pessoal do sujeito e da sociedade e como complementa Souza (1987, p. 29), exprime ideias e sentimentos.

Tais considerações destacam a relevância da representação e discussão sobre a beleza negra com enfoque nos cabelos crespos por meio da análise das capas de revistas de moda, que são consideradas como um dos principais meios de comunicação. Mais precisamente, como ressalta Braga (2015), é um meio de destaque na circulação de informações, signos e discursos subjetivos que atuam diretamente no interior da sociedade.

Dessa forma, impulsionadas principalmente pelos movimentos de crespas e cacheadas, pautados nas causas do movimento dos Panteras Negras

- Black Power (Estados Unidos da América - 1960) e do Movimento Negro Unificado - MNU (Brasil - 1970), nos últimos anos foi perceptível o crescente número de mulheres que optaram por assumir os seus cabelos naturais como forma de autoafirmação e, direta ou indiretamente, como decisão política de reafirmação da sua identidade racial e de sua beleza. Portanto, utilizamos a expressão “ressignificação” considerando a função política desempenhada pelos cabelos crespos em seu estado natural como forma de desconstrução de estereótipos, discriminações e preconceitos contrários à população negra, principalmente feminina.

É importante ressaltar que ainda é visível diversos obstáculos à construção contínua e luta pelos direitos, pela reafirmação da identidade e valorização da estética negra no Brasil. Este fato demonstra a importância da realização de novas pesquisas para a ampliação do conhecimento sobre a temática, sobre a questão negra, a sua livre expressão e combate às formas de discriminação, intolerância e racismo no campo da moda, da educação, do design e das artes.

## **2. Identidade e beleza negra**

O Brasil é um país repleto de diversidade, etnias, cores de pele, textura de cabelo, entre outros. Entretanto, durante a história toda essa diversidade, que se encontrava distante da estética hegemônica branca, era encarada como inferior, e estava sujeita a exclusão da sociedade. A intelectual e feminista negra Hooks (2014), discorre que é na esteira da luta histórica pelo reconhecimento da humanidade e dos direitos das mulheres negras que se desencadeia um processo dialético importante, na medida em que se denuncia a marginalidade que a perspectiva etnocêntrica dispensa as pessoas afrodescendentes, simultaneamente é desenvolvida uma consciência crítica sob às múltiplas discriminações sofridas em decorrência de sua raça, classe e gênero.

Nesse sentido, para se discutir a questão da identidade negra, principalmente no âmbito brasileiro, se faz necessário entendermos o que é identidade em si e como se constitui, considerando que ela atravessa questões de classe, sexo, religião, raça, entre outros (MUNANGA, 2012), além de estar em constante movimento, ou seja “O sujeito assume identidades diferentes em diferentes momentos, identidades que não são unificadas ao redor de um ‘eu’ coerente.” (HALL, 2005, p.13).

É importante compreendermos que aqui abordaremos dois tipos de identidade: a individual e a coletiva. Na sociedade moderna, a identidade individual vem desde o nosso nascimento, momento em que recebemos um nome, sobrenome, e um número de Registro Geral - RG. Já a identidade coletiva é compreendida como uma categorização de grupos sociais que se identificam

e/ou se reconhecem pela seleção de determinadas características, como, por exemplo, características culturais, religiosas, linguísticas, ideológicas, entre outras (MUNANGA, 2012).

O autor ainda afirma que a identidade coletiva é considerada uma “categoria de autodefinição ou autoatribuição”, que funciona como um identificador de um grupo social, com indivíduos diferentes, cada um partindo da sua experiência de vida, mas que se reconhecem por uma ou mais características auto atribuídas à esse grupo. Entretanto, também encontramos identidades coletivas que foram definidas por particularidades impostas e atribuídas por outros grupos que possuem um forte poder político e econômico na sociedade, é o que chamamos de “identidade como categoria de hétero-definição ou hétero-atribuição.” (MUNANGA, 2012, p.9 -10).

Com esse conceito adentramos na principal discussão da formação da identidade negra: ela foi construída através de características que não foram atribuídas pelos negros, mas sim, pelos brancos detentores do poder, ou seja, os negros não se viam dessa forma, mas foram definidos assim.

As raízes da constituição histórica brasileira forjaram que ser negro é ter seus traços físicos caracterizados como algo feio, é ter o seu cabelo denominado como selvagem ou exótico, é ser considerado sem domínio da linguagem culta e / ou sem competência para produção intelectual, é compor um grupo considerado perigoso, ou seja, no âmbito brasileiro há constituição de uma identidade de negatividade e inferioridade atribuída a população afrodescendentes. Fanon (2008) afirma que a identidade negra é composta por um sentimento de inferioridade, o qual foi constituído no processo de escravização e colonização, período em que se teve o sepultamento da cultura original negra. Dessa forma, o povo colonizado passou a assimilar a cultura branca dominante para “escapar de sua selva”.

Enquanto os colonizadores abusavam dos adjetivos negativos para descrever o ‘outro’ com quem tinham se defrontado, numa atitude etnocêntrica, a imagem do colonizador “sua branquitude” fortalecia-se em relação aos colonizados. Os relatos preconceituosos deram margem ao nascimento das teorias que embasam o pensamento racista (BARBOSA, 2014, p. 61).

No Brasil, mesmo após a abolição da escravatura, os negros permaneceram socialmente inferiorizados, pois, como afirma Sodré (2015), com a proclamação da República não houve um projeto de integração nacional dos ex-escravizados ao novo regime, o que demonstrou a transição histórica do racismo de dominação para o racismo de exclusão. Nesse processo, a população negra marginalizada, em busca de se integrar a essa nova sociedade brasileira, passa a negar a sua própria identidade (SOUZA, 2021).

Munanga (2019) elenca que a motivação pela a assimilação da cultura branca eurocêntrica ocorreu também pelo projeto de identidade nacional da época, que, seguia uma ideologia hegemônica pautada nas teorias raciais que chegavam ao país no final do século XIX, e no branqueamento da população. Desta forma, a identidade negra aparece na história como uma construção social baseada na discriminação cultural, racial e na relação de poder e dominância da “negritude” pela “branquitude”. Gomes (2012) ainda salienta que desde o início do pós-abolição no Brasil, os aspectos físicos foram cruciais para a construção social, cultural, política e ideológica. Ou seja, as características físicas da população determinavam se a mesma sofreria racismo ou não.

Esse contexto de exclusão, inferiorização, preconceito e racismo acerca da população negra, favoreceu a imposição de uma estética hegemônica “branca”, baseada em modelos europeus. Assim se tem o início do processo de “branqueamento” da população através de cremes clareadores para pele e cremes alisadores para os cabelos, minando assim a concepção de uma beleza negra positiva.

O negro que se empenha na conquista da ascensão social paga o preço do massacre mais ou menos dramático de sua identidade. Afastado de seus valores originais, representados fundamentalmente por sua herança religiosa, o negro tomou o branco como modelo de identificação, como única possibilidade de “tornar-se gente” (SOUZA, 2021, p. 46).

O processo de branqueamento resultou na negação das características físicas naturais da população negra, além de gerar um conflito na construção da identidade e beleza negra positiva. Cabe destacar que esse mecanismo de atribuições de qualidades negativas aos negros foi a forma como os brancos detentores do poder econômico e social da época pós-abolição, encontraram para manter a população negra onde entendiam que era o seu lugar: as margens sociais.

O negro foi obrigado a tomar o branco como modelo a ser seguido, seja isso na forma em se comportar, a religião a seguir e também a estética e beleza a ser seguida. O negro entendeu que todas as suas características eram consideradas negativas, inferiores e selvagens. Na corrida pela ascensão social e por condições de trabalho para a convivência em sociedade, os negros foram cada vez mais se afastando de tudo o que o ligava a sua negritude. Logo esse processo fragmentou a sua identidade, minou o seu orgulho e desmantelou a solidariedade do grupo negro (SOUZA, 2021, p. 50), refletindo diretamente na desvalorização de sua beleza natural.

Kilomba (2019) afirma que o cabelo único das pessoas negras foi historicamente desvalorizado, sendo um elemento importante para justificar a inferioridade dos africanos. No contexto brasileiro não foi diferente, os cabelos das pessoas negras também eram considerados como símbolos de inferioridade e exclusão. Braga (2015) ressalta que no Brasil esse ideal eugênico de beleza “branca” foi disseminado a partir dos anos de 1920 e 1930, onde, muitas vezes a própria Imprensa Negra propagava anúncios de produtos para o clareamento da pele, assim como para o alisamento dos cabelos. Foi nessa época que surgiram os conhecidos “Pentes quente” e “O cabelisador”, demonstrando a preocupação com a aparência dos afro-brasileiros por parte da própria comunidade negra. Malachias (2007) reforça que o alisamento dos cabelos crespos não se tratava apenas de uma falta de consciência racial por parte das pessoas negras, mas sim de uma tentativa de ascensão social.

Podemos observar que a experiência de negação do cabelo crespo pela sociedade dialoga diretamente com as vivências do racismo, o qual historicamente alicerçou-se nas características fenotípicas afros, promovendo a exclusão e marginalização da população negra (GOMES, 2006), evidenciando que o branqueamento foi mais um mecanismo do racismo no Brasil.

O processo de alisamento perpetuou por diversos anos, sendo que esse contexto só começa a mudar com o surgimento dos movimentos negros de forma sutil nos anos de 1920, e atingem o seu ápice na década de 1960 e 1970, com o surgimento do movimento dos Panteras Negras - Black Power (Estados Unidos da América) e do Movimento Negro Unificado - MNU (Brasil), momento em que se inicia a utilizar o cabelo afro como símbolo de resistência e valorização da estética negra. É importante ressaltar que essa mudança vem atrelada ao fenômeno da capitalização mercadológica, ou seja, a exploração do consumo e capital simbólico (MIRANDA, 2008); (BOURDIEU, 2006), onde há a exploração da imagem e das necessidades dos afrodescendentes para fins privados e econômicos, através do surgimento dos numerosos produtos cosméticos voltados para o cabelo crespo e cacheado.

Também é nessa conjuntura que os negros passam a enxergar as suas características fenotípicas como “belas”, iniciando assim o processo de construção da identidade negra positiva, com a valorização da sua estética e dos seus traços naturais, principalmente os seus cabelos, e reivindicando essa valorização e representatividade pelos demais nichos artísticos e mercadológicos da sociedade, como a moda, as artes, o design e a fotografia.

### **3. Análise e discussão**

Para o objeto de pesquisa aqui proposto, optou-se de forma híbrida pelas técnicas de coleta e análise de conteúdo propostas pela Bardin (2016), com



a abordagem qualitativa defendida por Gil (1999) e Minayo (2001), atrelados as reflexões críticas de Souza (1987), Bourdieu (2006, 2007) e Foucault (2016).

A abordagem qualitativa do problema de pesquisa se torna relevante pois “[...] métodos de pesquisa qualitativa estão voltados para auxiliar os pesquisadores a compreender pessoas e seus contextos sociais, culturais e institucionais” (GIL, 1999, p.94). Portanto a pesquisa qualitativa tende a analisar os significados dos dados obtidos e não a quantidade, permitindo assim um maior aprofundamento acerca dos signos, discursos e valores subjetivos enunciados pelos sujeitos sociais (MINAYO, 2001).

Considerando a complexidade da construção da identidade e beleza negra brasileira, devido ao contexto histórico de exploração e escravização vivido pela população afro, as relações e interações sociais, regadas de racismo e preconceito (velado ou não) (KILOMBA, 2019), e pela interseccionalidade de raça, gênero e classe que demonstram como a interação desses diferentes marcadores de desigualdade social evidenciam a diversidade de experiências de discriminações sofridas pelas mulheres, sobretudo as negras (CRENSHAW, 2002; COLLINS, 2015), a análise de imagem e discurso ocupará um lugar importante na construção do conhecimento da pesquisa. Esta técnica possibilita discorrer sobre o que é exatamente visto na imagem (campo da objetividade e realidade), assim como também permite refletir sobre o discurso subjetivo imbricado na própria construção da imagem (campo dos significados e subjetividade). Ainda, conforme salienta Barthes (2005, p. 97), atualmente vivemos na chamada “civilização das imagens”, onde precisamos estar atentos em como essas imagens se comunicam com a sociedade.

Souza (1987), com a sua contemporaneidade a frente do tempo, traz a discussão da moda como um agente de diferenciação entre os gêneros, destacando que a moda foi capaz de excluir a mulher da modernidade no século XIX. Assim, a autora demonstra como a distinção entre os sexos já vinha sendo socialmente construída nessa época, expondo os papéis esperados que cada gênero desempenhasse na sociedade. A autora ainda salienta que a forma imposta condiciona e impede a liberdade da mulher, sendo que essa discussão não se delimita somente a moda com enfoque na indumentária, mas também abrange as questões de estética e beleza.

No que tange o discurso do capital, Bourdieu (2006) afirma que a forma de organização em que uma sociedade se configura é um sistema hierárquico atravessado pelo o poder, sendo que este indica a posição social ocupada por cada indivíduo ou grupo a que pertence. Dessa forma, o poder não possui um lugar ou agente fixo, ele é móvel, circulando pela sociedade e por aqueles que podem vim ou não a praticá-lo, sendo que o domínio que um grupo social exerce em cima dos outros é resultado da articulação entre os



quatro poderes que o autor denomina de capitais: o capital econômico, que compreende a posse de bens materiais e renda, o capital cultural, que abrange a educação e a aquisição de conhecimento formal, o capital social, que se refere aos contatos e relações sociais que podem trazer retornos financeiros, e por fim o capital simbólico, que consiste no status, no reconhecimento que resultam em privilégios sociais.

Bourdieu (2007) ainda nos apresenta ao conceito da violência simbólica, que ocorre de forma sutil, imperceptível e inconsciente, sendo exercida pela coerção e acordos não conscientes de um dominador a um dominado, aproximando-se do conceito de Foucault (2016), principalmente ao considerar o poder como um mecanismo sutil e sempre presente nas relações sociais. Ao demonstrar a forma como o poder é praticado por meio dos discursos relativos aos corpos, a sexualidade e teorias científicas, Foucault (2016) buscou comprovar que o poder, de fato, se encontra circulando em as relações humanas.

Segundo o autor existe um tripé composto pelo poder, direito e verdade, no qual o poder como direito ocorre pela forma que a sociedade se coloca e se movimenta, e o poder como verdade se forja pelos discursos a que lhe é obrigada a produzir, assim como pelos movimentos dos quais se tornam vítimas pela própria organização que a acomete e, por vezes, sem a devida consciência e reflexão. Nessa perspectiva, os discursos são resultantes das variadas relações de poder existentes na sociedade. Além disso, Foucault (2016) estabelece o poder como uma ação sobre outra ação, ou seja, o poder não é algo palpável, mas sim a sua própria ação: você não o tem, você o exerce. Logo ele está presente nas relações sociais entre os indivíduos, e não sobre objetos.

É importante destacar que ainda temos que diferir as relações de poder das relações de comunicação, considerando que está expressa informações de variadas formas, como através da língua, imagens, sistema de signos, ou outros meios simbólicos. (FOUCAULT, 2016). Portanto, as relações de poder atravessam as relações sociais, sendo complementada pelas relações de comunicação, e vice e versa.

A partir do conceito desses três pesquisadores, juntamente com as técnicas apresentadas por Bardin em seu livro “Análise de Conteúdo” (2016), realizamos a análise de imagem qualitativa da representação da beleza e identidade negra brasileira através dos cabelos crespos presentes nas capas de revistas, considerando também os corpos sociais ali presentes, traçando assim um diálogo crítico em camadas, atravessando de maneira interdisciplinar diversas áreas do conhecimento.

O método proposto por Bardin (2016) é composto por um trabalho minucioso, que contou com três (3) etapas, sendo elas a pré-análise, exploração do material e tratamento dos resultados e interpretações.

A pré-análise consistiu na seleção e primeiro contato com as capas de revistas analisadas. Para a seleção, optou-se por capas que trouxessem em destaque mulheres negras, tornando possível analisar com maior ênfase a beleza e os cabelos ali apresentados. A coleta foi realizada pela plataforma digital de cada revista selecionada (Vogue Brasil, Raça Brasil e Claudia), restringindo-se a cinco capas de edições diferentes de cada revista, conforme figuras 1, 2 e 3. A escolha por essas revistas ocorreu pelo o seu posicionamento dentro do nicho de comunicação impressa de moda, sua relevância em âmbito nacional, e por possuir seus conteúdos focados principalmente em comportamento, beleza, moda e *lifestyle*. Além disso, optou-se por edições publicadas durante os anos de 2020 e 2021, tendo em vista as mudanças sofridas dentro do contexto histórico social mediante a difícil epidemia do Covid-19.

### Vogue Brasil

- Edição 498 – Tropical Surreal (Fevereiro/2020);
- Edição 503/504 - Luz Própria (Julho e Agosto/2020);
- Edição 510 - Salve, Salvador! (Fevereiro/2021);
- Edição 515 - Com que moda você sonha? (Agosto/2021);
- Edição 517 - Reescrevendo a história (Outubro/2021).



FIGURA 1. Capas selecionadas da revista Vogue Brasil (fonte: Vogue Brasil, 2023)

## Raça Brasil

- Edição 214 – Na linha de Frente – Jaqueline Góes: referência mundial no combate ao coronavírus (Julho/2020);
- Edição 217 – Maju Coutinho – Ontem, hoje e sempre (Outubro/2020);
- Edição 223 – Juventude negra & Sucesso\$ - Dj Heron & mc Soffia (Abril/2021);
- Edição 226 – Zézé Motta e os 40 anos de Xica da Silva (Julho/2021);
- Edição 229 – Paula Lima – Duas décadas de pura Black Music (Outubro/2021).



FIGURA 2. Capas selecionadas da revista Raça Brasil (fonte: Raça Brasil, 2023)

## Claudia

- Edição 707 – Sonhar para mudar (Agosto/2020);
- Edição 710 – Poder a elas (Novembro/2020);
- Edição 712 – Voluntárias da vacina (Janeiro/2021);
- Edição 715 – Ingrid Silva (Abril/2021);





FIGURA 3. Capas selecionadas da revista Claudia (fonte: Claudia, 2023)

A Exploração do material compôs a administração das técnicas e critérios de análise do objeto de pesquisa, sendo esta etapa “a fase de análise propriamente dita”. (BARDIN, 2016, p. 131).

Por fim, o tratamento dos resultados e interpretações consistiu na interpretação da análise em si, realizando conexões com a fundamentação teórica, e buscando compreender a representação da beleza negra na linguagem artística fotográfica das capas de revistas de moda, assim como a resignificação do cabelo crespo enquanto ato político de resistência e desconstrução do exótico.

#### 4. Resultados

Conforme observado durante as análises, e compilado na tabulação dos resultados apresentados na tabela 1, o penteado black power foi o que se sobressaiu na amostra de resultados, aparecendo 5 vezes, sendo seguido pelos cortes/penteados demoninados como “Soltos” (tradicional em U, estilo “lobo” e chanel crespo), pois trazem os fios em sua forma natural e soltas, expressando assim toda a sua liberdade, e aparecendo 4 vezes.

REVISTA	CAPA	PESSOA EM DESTAQUE	ESTILO DO CORTE OU PENTEADO	TONALIDADE
VOGUE BRASIL	TROPICAL SURREAL	MODELO ANA BARBOSA	“JOÃOZINHO”	PRETO
	LUZ PRÓPRIA	CANTORA E COMPOSITORA TERESA CRISTINA	TRADICIONAL EM U	PRETO
	SALVE SALVADOR!	MODELO LAIZA DE MOURA	BLACK POWER	PRETO
	COM QUE MODA VOCÊ SONHA?	MODELO BRITÂNICA NYAUETH	TOPETE INSPIRADO NOS PENTEADOS DOS ANOS 50	PRETO
	REESCREVENDO A HISTÓRIA	REBECA ANDRADE	PENTEADO INSPIRADO NO SÉCULO XVIII	PRETO
REVISTA RAÇA BRASIL	NA LINHA DE FRENTE	BIOMÉDICA JAQUELINE GÓES	COQUE EM MOICANO	PRETO
	MAJU COUTINHO – ONTEM, HOJE E SEMPRE	JORNALISTA MAJU COUTINHO	CHANEL CRESPO	PRETO
	JUVENTUDE NEGRA & SUCESSO\$	CANTORA MC SOFFIA	BLACK POWER	PRETO
	ZÉZÉ MOTTA E OS 40 ANOS DE XICA DA SILVA	CANTORA E ATRIZ ZEZÉ MOTTA	AFRO PUFF COM TURBANTE	CASTANHO
	PAULA LIMA	CANTORA E COMPOSITORA PAULA LIMA	CORTE ESTILO “LOBO”	CASTANHO
CLAUDIA	SONHAR PARA MUDAR	CANTORA E COMPOSITORA ELZA SOARES	BLACK POWER COM APLICAÇÃO DE TRANÇAS	PRETO
	PODER A ELAS	EMPRESÁRIA MÔNICA MARCONDES	CHANEL	PRETO
		EMPRESÁRIA DILMA SOUZA	SUPER BAIXO	PRETO
		EMPRESÁRIA RACHEL MAIA	SEMIPRESO COM TOPETE	PRETO
		EMPRESÁRIA JANDARACI ARAÚJO	TRANÇA NAGÔ SEMIPRESO	PRETO
	VOLUNTÁRIAS DA VACINA	ENFERMEIRA JANE ALVES	CHANEL CRESPO	PRETO
	INGRID SILVA	BAILARINA INTERNACIONAL INGRID SILVA	BLACK POWER	PRETO
PATHY DEJESUS	ATRIZ E DJ PATHY DEJESUS	BLACK POWER	PRETO	

**TABELA 1.** Tabulação da análise das capas de revista (fonte: Elaborado pelo autor, 2024)

Os penteados diversificados pertencentes a cultura afro também atuam diretamente frente à essa luta significativa, e aparecem 3 vezes (coque em moicano, afro puff com turbante e trança nagô semi presa), enquanto os cortes baixos, assemelhando-se aos raspados, aparecem 2 vezes. Já os penteados com os fios em sua forma lisa apareceram 4 vezes.

Fica evidente a relevância da presença do penteado black power em mídias de comunicação de moda, já que até os dias atuais o mesmo segue sendo um forte símbolo da luta negra frente ao branqueamento e a desvalorização da estética e beleza negra, assim como os demais penteados pertencentes a cultura afro e a identidade negra. Dessa forma, a presença de ambos nas

capas analisadas demonstra a contribuição das revistas de moda no processo de desconstrução dos estereótipos de beleza eurocêtricos.

A respeito da tonalidade dos fios, os resultados demonstraram o predomínio das cores preta (16 vezes) e castanho (2 vezes), também evidenciando uma das formas de distanciamento do branqueamento e apagamento estético negro, pois não mostra a procura por se aproximar as cores mais comuns dos fios caucasianos.

Já em relação ao penteado/corte como símbolo de ressignificação dos cabelos crespos e da beleza negra versus capas, e versus revistas, a amostragem trouxe que, das 15 capas analisadas, 13 delas trazem penteados e/ou cortes que contribuem diretamente para tal ressignificação e valorização da beleza negra, sendo 3 capas da revista Vogue Brasil, 5 capas da revista Raça Brasil, e 5 capas da revista Claudia.

Ressaltamos que, mesmo exibindo duas mulheres negras utilizando os seus cabelos de forma lisa, consideramos que a capa “Poder a elas” da revista Claudia contribuiu com a atuação dos cabelos crespos como agente de valorização da estética e identidade negra, por também trazer outras duas mulheres negras na mesma capa, com cortes e penteados que reproduzem tal reafirmação identitária, e refletem a resistência e luta constante contra os padrões estéticos brancos dominantes, sobretudo no mercado de trabalho, e principalmente na área corporativa.

Devido à complexidade da construção da identidade negra de forma positiva, considerando o contexto histórico brasileiro de sua formação, não podemos desassociar a análise dos resultados acerca da valorização do cabelo crespo e da beleza negra sem nos aprofundarmos nas discussões de raça, gênero, classe e poder.

Dito isso, ao evidenciarmos as relações de gênero, raça e sociedade presentes na análise da capa “Poder a elas”, mas que se estendem de forma direta e indiretamente as demais capas analisadas, vamos em encontro ao conceito de distinção entre os sexos apresentado por Souza (1987). O acesso da mulher a espaços sociais e ao mercado de trabalho, especialmente em áreas dominadas pelo gênero masculino, gera um certo desconforto. Trazendo para o contexto da amostragem, nos deparamos a um desconforto duplo: um por ainda vigorar nuances do imaginário velado de que o lugar das mulheres são dentro lares; e outro por serem mulheres negras acessando espaços que sequer o homem negro “deveria” acessar.

Já no que se refere aos aspectos da estética, formas impostas condicionam e impedem a liberdade da mulher (SOUZA, 1987), sendo assim, o processo de branqueamento que impõe os padrões estéticos ocidentais brancos resultam, obviamente, na rejeição do corpo negro. Logo a ação de enquadrar-se aos

padrões vigentes dominantes que apagam as características da identidade negra nada mais é que uma forma de dominação dos corpos, onde não há a necessidade de estrutura concreta entre dominador e dominado, a forma em si já é opressora e demonstra quem detém o poder (FOUCAULT, 2016).

As relações de poder e opressão que o branqueamento desempenha sobre a população negra é complementada pela violência simbólica, já que esta ocorre quase que invisível aos olhos, sendo exercida apenas por meio de acordos inconscientes na sociedade (BOURDIEU, 2007). Portanto, a necessidade nos dias atuais de ainda se adotar penteados e/ou manipular quimicamente os cabelos afros para acesso a certas áreas ou para uma melhor aceitação em determinados grupos sociais, sem sequer alguém precisar dizer algo, é uma forma de violência simbólica.

No mais, não podemos deixar de destacar a presença do capital social e simbólico, pois ao mesmo tempo que vemos mulheres negras potentes nas capas de revistas de grande notoriedade, como as aqui analisadas, também é perceptível o possível retorno econômico e social que as marcas acabam recebendo (BOURDIEU, 2006).

Em última análise, durante anos a indústria de cosméticos se dedicou a criar produtos embranquecedores, logo a presença dos cabelos crespos em revistas de grande alcance nacional age na contramão do processo de “branqueamento”, construindo e reconstruindo uma identidade negra positiva, e possuindo o cabelo crespo como símbolo de ressignificação dessa beleza e identidade.

## 5. Conclusão

No decorrer da discussão foi possível identificar as diversas barreiras que a identidade negra, assim como o cabelo crespo, sofreu durante a história, passando por diversos processos de depreciação, negação, luta, até o seu atual processo de valorização ainda em andamento e em constante manutenção. Além disso, foi possível constatar também que o cabelo é capaz de ultrapassar os aspectos físicos, tornando-se um forte elemento comunicador e identificador social e cultural.

Perante todo processo de discriminação social, racial e estético, é possível afirmar que o aspecto racial possui uma linha tênue que separa a mudança estética inofensiva da mudança estética segregadora. Essa linha fica evidente com o surgimento do processo de “branqueamento” da população, que dá início ao alisamento em massa dos cabelos afros pelos indivíduos que buscam se adequar a estética padrão hegemônica branca vigente. A ação de necessitar realizar o apagamento das características de sua própria identidade, além de construí-la de forma negativa, demonstra as estruturas



invisíveis do poder e dominação dos corpos alheios, da opressão e também da violência simbólica.

Mediante o resultado da análise das capas de revistas, foi possível concluir que através da presença de mulheres utilizando penteados e cortes diretamente ligados à cultura negra e que simbolizam a sua luta frente ao branqueamento, as revistas de moda estão contribuindo na promoção da valorização da estética e beleza negra brasileira, assim como no processo de desconstrução dos estereótipos de beleza eurocêtricos.

Destacamos que a moda também age como um agente comunicador, contribuindo diretamente para a construção de uma identidade negra positiva, assim como para a valorização da estética e beleza negra.

Por fim, ressalta-se que tais resultados demonstram a necessidade de maiores pesquisas acerca da temática, principalmente por considerar que a ressignificação dos cabelos crespos se encontra em constante evolução.

## Referências

BARBOSA, L. C. **Identidade, estigmas e branquitude: reflexões sobre a mídia brasileira.** In Revista Interação. V. 1, n.1, p. 58-73. São Paulo: 2014. Disponível em: <<https://pt.scribd.com/document/284611839/Identidade-Estigmas-Branquitude-Reflexoes-Sobre-a-Midia-Brasileira>>. Acesso em 08 jul. de 2020.

BARDIN, L. **Análise de Conteúdo.** São Paulo: Edições 70, 2016.

BARNARD, M. **Moda e Comunicação.** Rio de Janeiro: Rocco, 2003.

BARTHES, R. **Inéditos: imagem e moda.** Vol 3. São Paulo: Martins Fontes, 2005.

BOURDIEU, P. **O Poder Simbólico.** Guarulhos: Bertrand, 2006.

BOURDIEU, P. **A distinção: crítica social do julgamento.** São Paulo: Edusp, Porto Alegre, RS: Zouk, 2007.

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

CRENSHAW, K. **Documento para o encontro de especialistas em aspectos da discriminação racial relativos ao gênero.** In Revista Estudos Feministas. Ano 10, p. 171-188. Florianópolis: 2002.

COLLINS, P. H. **Em direção a uma nova visão: raça, classe e gênero como categorias de análise e conexão.** In Reflexões e práticas de transformação. Renata Moreno (Org.), p. 13-42, Coleção Cadernos Sempreviva. Série Economia e Feminismo. São Paulo: SOF, 2015.

EDIÇÕES Anteriores. **Claudia**, 2023. Disponível em: <https://claudia.abril.com.br/edicoes>. Acesso em 03 out. 2023.

EDIÇÕES Anteriores – Vogue. **Vogue Brasil**, 2023. Disponível em: <https://edicoesglobocondenast.lojavirtualnuvem.com.br/revista/edicoes-antteriores/?mpage=2>. Acesso em 15 out. 2023.

FANON, F. **Pele Negra, Máscaras brancas.** Tradução: Renato da Silveira. 1.ed. Salvador: EDUFBA. 2008.

FOUCAULT, M., 1926-1984. **Microfísica do poder.** Organização, introdução e revisão técnica de Roberto Machado. 4 ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2016.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social.** 5.ed. São Paulo: Atlas, 1999.

GODART, F. **Sociologia da moda.** São Paulo: Senac, 2010.

GOMES, N. L. **Sem perder a raiz: Corpo e cabelo como símbolos da identidade negra.** Belo Horizonte: Autêntica. 2006.

GOMES, N. L. **Corpo e cabelo como símbolos da identidade negra.** 2012. Disponível em: <<http://www.acaoeducativa.org.br/fdh/wp-content/uploads/2012/10/Corpo-e-cabelo-como-s%C3%ADmbolos-da-identidade-negra.pdf>>. Acesso em 02 de jul. 2020.

HALL, S. **A identidade cultural na pós modernidade.** 10ª ed. Rio de Janeiro: DB&A, 2005.

HOOKS, B. **Alisando o Nosso Cabelo.** In Revista Gazeta de Cuba – Unión de escritores y Artista de Cuba. Tradução de Lia Maria dos Santos. [S. I.], 2014. Disponível em: <https://www.geledes.org.br/alisando-o-nosso-cabelo-por-bell-hooks/>. Acesso em 01 jul. 2023.

KILOMBA, G. **Memórias da Plantação: Episódios de racismo cotidiano.** Tradução de Jess Oliviera. Rio de Janeiro: Cobojo. 2019.

- MALACHIAS, R. **Cabelo bom. Cabelo ruim.** In Coleção percepções da diferença. Negro e Brancos na escola, v. 4, 1. Edição. São Paulo: Ministério da Educação, 2007.
- MINAYO, M. C. de S. (org.). **Pesquisa Social: Teoria, método e criatividade.** 18 ed. Petrópolis: Vozes, 2001.
- MIRANDA, A. P. de. **Consumo de Moda: A Relação Pessoa-Objeto.** São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2008.
- MUNANGA, K. **Negritude e identidade negra ou afrodescendente: um racismo ao avesso?.** In Revista da ABPN, volume 4, n. 8, p. 06-14. 2012
- MUNANGA, K. **Rediscutindo a mestiçagem no Brasil: identidade nacional versus identidade negra.** 5. ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2019.
- REVISTAS. **Revista Raça,** 2023. Disponível em: <https://revistaraca.com.br/categoria-produto/revistas/>. Acesso em 23 set. 2023
- SODRÉ, M. **Claros e escuros: identidade, povo e mídia no Brasil.** 3º ed. Petrópolis: Vozes, 2015.
- SOUZA, G. de M. e. **O espírito das roupas: a moda no século dezenove.** São Paulo: Companhia das Letras, 1987.
- SOUZA, N. S. **Tornar-se negro: as vicissitudes da identidade do negro brasileiro em ascensão social.** 2. ed. Rio de Janeiro: Graal, 2021.

---

### Como referenciar

GOMES, Edilene Pimentel; KANAMARU, Antonio Takao. O cabelo crespo na moda: desconstrução dos estereótipos eurocêtricos. **Arcos Design**, Rio de Janeiro, v. 17, n. 2, pp. 496-514, jul./2024. Disponível em: <https://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/arcosdesign>.

---

DOI: <https://www.doi.org/10.12957/arcosdesign.2024.81655>

---



A revista **Arcos Design** está licenciada sob uma licença Creative Commons Atribuição – Não Comercial – Compartilha Igual 4.0 Não Adaptada.

Recebido em 29/01/2024 | Aceito em 06/06/2024