

UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS  
FACULDADE DE CIÊNCIAS SOCIAIS  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ANTROPOLOGIA SOCIAL

DÁGUILA DA SILVA BOAVENTURA

**CABELO BBB (BOM, BONITO E BARATO):**  
indústria, cabelos crespos e memórias de mulheres negras.

GOIÂNIA

2026



UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS  
FACULDADE DE CIÊNCIAS SOCIAIS

## TERMO DE CIÊNCIA E DE AUTORIZAÇÃO (TECA) PARA DISPONIBILIZAR VERSÕES ELETRÔNICAS DE TESES

### E DISSERTAÇÕES NA BIBLIOTECA DIGITAL DA UFG

Na qualidade de titular dos direitos de autor, autorizo a Universidade Federal de Goiás (UFG) a disponibilizar, gratuitamente, por meio da Biblioteca Digital de Teses e Dissertações (BDTD/UFG), regulamentada pela Resolução CEPEC nº 832/2007, sem ressarcimento dos direitos autorais, de acordo com a [Lei 9.610/98](#), o documento conforme permissões assinaladas abaixo, para fins de leitura, impressão e/ou download, a título de divulgação da produção científica brasileira, a partir desta data.

O conteúdo das Teses e Dissertações disponibilizado na BDTD/UFG é de responsabilidade exclusiva do autor. Ao encaminhar o produto final, o autor(a) e o(a) orientador(a) firmam o compromisso de que o trabalho não contém nenhuma violação de quaisquer direitos autorais ou outro direito de terceiros.

#### 1. Identificação do material bibliográfico

Dissertação     Tese     Outro\*: \_\_\_\_\_

\*No caso de mestrado/doutorado profissional, indique o formato do Trabalho de Conclusão de Curso, permitido no documento de área, correspondente ao programa de pós-graduação, orientado pela legislação vigente da CAPES.

Exemplos: Estudo de caso ou Revisão sistemática ou outros formatos.

#### 2. Nome completo do autor

DÁGUILA DA SILVA BOAVENTURA

#### 3. Título do trabalho

*CABELO BBB (BOM, BONITO E BARATO): indústria, cabelos crespos e memórias de mulheres negras*

#### 4. Informações de acesso ao documento (este campo deve ser preenchido pelo orientador)

Concorda com a liberação total do documento  SIM     NÃO<sup>1</sup>

[1] Neste caso o documento será embargado por até um ano a partir da data de defesa. Após esse período, a possível disponibilização ocorrerá apenas mediante:

- a) consulta ao(à) autor(a) e ao(à) orientador(a);
  - b) novo Termo de Ciência e de Autorização (TECA) assinado e inserido no arquivo da tese ou dissertação.
- O documento não será disponibilizado durante o período de embargo.

Casos de embargo:

- Solicitação de registro de patente;
- Submissão de artigo em revista científica;
- Publicação como capítulo de livro;
- Publicação da dissertação/tese em livro.

**Obs. Este termo deverá ser assinado no SEI pelo orientador e pelo autor.**



Documento assinado eletronicamente por **Luis Felipe Kojima Hirano, Professor do Magistério Superior**, em 05/02/2024, às 14:20, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



Documento assinado eletronicamente por **Dágula Da Silva Boaventura, Discente**, em 09/02/2024, às 21:44, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).

---



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site [https://sei.ufg.br/sei/controlador\\_externo.php?acao=documento\\_conferir&id\\_orgao\\_acesso\\_externo=0](https://sei.ufg.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0), informando o código verificador **4362035** e o código CRC **B9FC9F36**.

---

Referência: Processo nº 23070.066248/2023-18

SEI nº 4362035

DÁGUILA DA SILVA BOAVENTURA

**CABELO BBB (BOM, BONITO E BARATO):**

indústria, cabelos crespos e memórias de mulheres negras.

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social, da Faculdade de Ciências Sociais, Universidade Federal de Goiás, como requisito parcial à obtenção do título de Mestre em Antropologia Social.

Linha de Pesquisa: Marcadores Sociais da Diferença.

Orientador: Prof. Dr. Luis Felipe Kojima Hirano

GOIÂNIA

2026

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor, através do Programa de Geração Automática do Sistema de Bibliotecas da UFG.

Boaventura, Dáguila da Silva  
CABELO BBB (BOM, BONITO E BARATO): [Manuscrito]; indústria, cabelos crespos e memórias de mulheres negras. / Dáguila da Silva Boaventura. - 2026.  
CVI, 103 f.: 2026

Orientador: Prof. Dr. Luis Felipe Kojima Hirano  
Dissertação (Mestrado) - Universidade Federal de Goiás, Faculdade de Ciências Sociais (FCS), Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social, Goiânia, 2026.

Anexo.  
Bibliografia.  
Inclui: siglas, lista de figuras.

1. Mulheres Negras. 2. Indústria. 3. Saberes. 4. Cosméticos. 5. Cabelos.

I. Hirano, Luis Felipe Kojima, orient. II. Título.

CDU 572



UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS  
FACULDADE DE CIÊNCIAS SOCIAIS  
**ATA DE DEFESA DE DISSERTAÇÃO**

Ata nº 018/23-M da sessão de Defesa de Dissertação de **DÁGUILA DA SILVA BOAVENTURA**, que lhe confere o título de Mestra em Antropologia Social, na área de concentração Antropologia Social.

Aos vinte e um dias do mês de novembro de 2023, às 10:00 horas, via webconferência, realizou-se a sessão de julgamento da Dissertação de Mestrado de **DÁGUILA DA SILVA BOAVENTURA**, intitulada *CABELO BBB (BOM, BONITO E BARATO): indústria, cabelos crespos e memórias de mulheres negras*. A Banca Examinadora foi composta pelos/as seguintes Professores/as Doutores/as: Luis Felipe Kojima Hirano (PPGAS/UFV - presidente da banca e orientador); Camila Azevedo de Moraes Wichers (membro interno - PPGAS/UFV) e Judite Primo (membro externo - Universidade Lusófona). A candidata apresentou seu trabalho, foi arguida pela Banca e respondeu às arguições. Ao final da arguição, a Banca Examinadora passou o julgamento em sessão reservada, pelo qual foi atribuído à mestranda o seguinte resultado: **APROVADA** pelos/as seus/suas membros/as. Reabertos os trabalhos, o presidente da banca proclamou os resultados e encerrou a sessão pública, da qual foi lavrada a presente ata, que vai assinada por ele e pelos/as demais integrantes da Banca Examinadora.

TÍTULO SUGERIDO PELA BANCA



Documento assinado eletronicamente por **Luis Felipe Kojima Hirano, Professor do Magistério Superior**, em 21/11/2023, às 12:12, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



Documento assinado eletronicamente por **Camila Azevedo De Moraes Wichers, Professora do Magistério Superior**, em 21/11/2023, às 13:22, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



Documento assinado eletronicamente por **Janine Helfst Leicht Collaco, Vice-Coordenadora de Pós-Graduação**, em 14/02/2024, às 17:34, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site [https://sei.ufv.br/sei/controlador\\_externo.php?acao=documento\\_conferir&id\\_orgao\\_acesso\\_externo=0](https://sei.ufv.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0), informando o código verificador **4205702** e o código CRC **D870194A**.

Referência: Processo nº 23070.066248/2023-18

SEI nº 4205702

“Toma-se o lugar da escrita,  
como direito,  
assim como se torna  
o lugar da vida”.

(EVARISTO, 2005, p. 54)

## AGRADECIMENTOS

A Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), a bolsa foi essencial para a realização do mestrado, especificamente nesse período de pandemia. Agradeço aos meus irmãos Denilson e Danilo, por me auxiliar em tudo que estava ao alcance de vocês, em um momento delicado de vivência de luto pelo nosso pai, pandemia, responsabilidades financeiras, meu adoecimento e acidente, obrigado de coração por toda força e amor.

Aos amig@s que fiz durante o mestrado, Charley, Maria Antônia, Isabela, Marlon, Tom, Fátima e Ikio.

Às querid@s amig@s de longa data, Eliza, Ádria, Mariana, Fran, os meus mais lindos, Ícaro, Thaísa, Rafael e Nayara, vocês foram minha base emocional em muitos momentos.

Aos professores e as professoras Camila Mainardi, Mônica Pechincha e Alessandro Herbetta foi uma honra ter sido aluna de vocês, a sensibilidade de cada um, em um momento de crise sanitária, em ministrar as aulas, não deixando de lado a competência, mas sendo EDUCAdores do verbo esperar, em juntar com os outros (nós) para fazer um ensino de outro modo, híbrido, remoto e humanizado.

Jean, que foi meu primeiro orientador, gratidão por acreditar no meu projeto, pelas orientações, momentos de escuta e acolhida, ideias, ponderações. Fizemos um bom trabalho! Você é um ser humano incrível, inspirador, de uma grandeza e competência, que sorte a minha conhecer você e ter como referência de um grande mestre.

As interlocutoras da pesquisa: Janira, Marta, Dona Maria Madalena, Diana, Eufrásia, Walkiria, Dona Celina e Maria das Neves, sem o conhecimento e a disposição de vocês, esse trabalho não seria possível.

Luis Felipe, obrigada por aceitar fazer parte da finalização desse trabalho, ser solidário ao momento que eu estava vivenciando, respeitando meu tempo sem deixar de estar disponível. Admiro você desde a graduação, me inspirando a conhecer mais sobre a Antropologia, espero ser grande como você um dia.

Judite Primo e Camila Wichers, vocês são mulheres negras gigantes, obrigada pelas contribuições na banca de qualificação e direcionamentos, espero que este trabalho final esteja à altura!

Às organizadoras do curso: Crespura Beleza Negra sem Química, Niceia Quintino Amauro *in memoriam* e Neli Gomes da Rocha, que tive a oportunidade de participar no ano de 2021 e acrescentou muito para construção desse trabalho.

## RESUMO

A pesquisa tem como objetivo investigar saberes ancestrais sobre o cuidado com os cabelos crespos que circulam entre mulheres negras, bem como o modo como esses conhecimentos se relacionam com a indústria, e vice-versa. Optou-se pela metodologia de cunho qualitativo de base antropológica, utilizando a autoetnografia a partir da memória e narrativas de negras, centrada na sua relação e cuidado com os cabelos. Foram entrevistadas oito mulheres negras, sendo duas quilombolas – mãe e filha –, uma ativista do movimento negro goiano, duas mulheres africanas – novamente, mãe e filha –, uma Afroempreendedora do ramo capilar, uma especialista em cabelos afros e, por fim, uma estrategista digital do cabelo. As informações e dados coletados nas entrevistas são analisados a partir de uma interpretação crítica, com embasamento teórico de autores/as que têm discutido a temática racial. Também é feito uso dos conceitos de memória e consumo cultural, que propiciam novas formas de conhecimento, às quais têm contribuído no avanço das relações étnico-raciais. Nessa pesquisa buscou-se apresentar como a indústria de cosméticos se apropriou desses saberes, com a criação de produtos que aludem às receitas caseiras.

**PALAVRAS-CHAVE:** Mulheres negras; Indústria; Saberes, Cosméticos, Cabelos.

## RESUMEN

La investigación tiene como objetivo investigar los conocimientos ancestrales sobre el cuidado del cabello rizado que circulan entre las mujeres negras, así como también cómo estos conocimientos se relacionan con la industria, y viceversa. Optamos por una metodología cualitativa basada en la antropología, utilizando la autoetnografía a partir de la memoria y narrativas de mujeres negras, centradas en su relación y cuidado de su cabello. Fueron entrevistadas ocho mujeres negras, dos quilombolas – madre e hija –, una activista del movimiento negro de Goiás, dos africanas – nuevamente, madre e hija –, una afroempresaria en la industria del cabello, una especialista en cabello afro y , finalmente, un estratega de cabello digital. La información y los datos recogidos en las entrevistas son analizados desde un punto de vista crítico, con una base teórica de autores que han discutido temas raciales. También hace uso de los conceptos de memoria y consumo cultural, que aportan nuevas formas de conocimiento, que han contribuido al avance de las relaciones étnico-raciales. En esta investigación, buscamos presentar cómo la industria cosmética se apropió de este conocimiento, con la creación de productos que aluden a recetas caseras.

**PALABRAS CLAVE:** Mujeres negras; Industria; Conocimiento, Cosmética, Cabello.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

### FIGURAS

- Figura 1: Parque Ipiranga, em Anápolis, Goiás
- Figura 2: Participantes do I Encontro de Cacheadas e Crespas, em Anápolis, Goiás.
- Figura 3: Oficina de tranças.
- Figura 4: Depoimento sobre a transição capilar.
- Figura 5: Maria das Neves Jardim.
- Figura 6: Marta Quintiliano.
- Figura 7: Dona Maria Madalena, ao centro da imagem.
- Figura 8: Eufrásia Nahako Songa.
- Figura 9: Dona Celina Songa, à direita.
- Figura 10: Janira Sodré.
- Figura 11: Diana Sanzione.
- Figura 12: Walkiria de Barros.
- Figura 13: Dáguila Boaventura
- Figura 14: Print da página inicial do grupo Cacheadas e Crespas 2012 (Oficial).
- Figura 15: Print da descrição do grupo.
- Figura 16: Print dos anexos do grupo.
- Figura 17: Print da postagem da influenciadora capilar digital Ana Lúcia Lopes.
- Figura 18: Print da postagem publicada por mim no ano de 2014.
- Figura 19: Prints da minha interação em uma postagem de uma participante.
- Figura 20: Print da postagem de uma participante do grupo.
- Figura 21: Imagem do creme Kanechom.
- Figura 22: Cronograma capilar caseiro.
- Figura 23: Print da receita da folha de goiaba para o crescimento do cabelo.
- Figura 24: Folhas de goiaba apresentadas junto da receita.
- Figura 25: Print da postagem sobre a receita do tônico de alecrim, utilizado em método de inversão capilar.
- Figura 26: Sequência de frames e descrição da propaganda #TrocaReceita, da Garnier (2013).
- Figura 27: Imagem dos produtos da linha Garnier Fructis.
- Figura 28: Print sobre a discussão da propaganda no grupo Cacheadas em Transição Oficial (2012).
- Figura 29: Frame de vídeo de receitinha com maionese e imagem do produto Maionese Capilar Nutritiva, da marca Skala.
- Figura 30: Frame de vídeo de receitinha com gel de linhaça e imagem do Gel de linhaça, da marca Niely Gold.
- Figura 31: Frame de vídeo com receitinha utilizando amido de milho e imagem do produto Amigo de milho, da marca Salon Line
- Figura 32: Frame de vídeo com receitinha que usa gelatina incolor e imagem do produto Gelatina, da marca Salon Line.
- Figura 33: Frame de vídeo com receitinha que usa tônicos capilares e imagem dos diferentes tipos de tônicos.
- Figura 34: Frames da propaganda do produto Seda Hidraloe (1998).
- Figura 35: Frames da propaganda Elsève Hydra Max Colágeno – Cachos Macios (2010).
- Figura 36: Frames da propaganda do produto L’Oreal Paris/Orgulho dos Cachos (2018).

Figura 37: Frames da propaganda do produto Crespos e Cachos Reais, da Salon Line (2021).

## **LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS**

BDTD: Biblioteca Digital Brasileira de Dissertações e Teses

CAPES: Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior

COVID-19: Corona Virus Disease 2019 (Doença do Coronavírus).

FNB: Frente Negra Brasileira

ICAN: Instituto Colombiano de Antropologia e História

IFG: Instituto Federal de Goiás.

MNU: Movimento Negro Unificado

PIBIC: Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica.

TCC: Trabalho de Conclusão de Curso

TCLE: Termo de Consentimento Livre Esclarecido

TEN: Teatro Experimental do Negro

UEG: Universidade Estadual De Goiás

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO.....</b>	<b>1</b>
Maria das Neves Jardim .....	14
Marta Quintiliano.....	15
Dona Maria Madalena.....	16
Eufrásia Nahako Songa .....	17
Dona Celina Songa.....	18
Janira Sodré .....	19
Walkiria de Barros.....	22
Dáguila Boaventura .....	23
<b>A RESISTÊNCIA ESTÉTICA DAS MULHERES NEGRAS: .....</b>	<b>26</b>
<b>UMA RELAÇÃO COM O MOVIMENTO NEGRO NO PASSADO E O PRESENTE .....</b>	<b>26</b>
<b>REDES SOCIAIS, CABELO E MOVIMENTO DE MULHERES NEGRAS .....</b>	<b>29</b>
<b>MEMÓRIAS, SABERES E TÉCNICAS DE CUIDADO COM OS CABELOS DE MULHERES NEGRAS.....</b>	<b>38</b>
DISCUTINDO O CONCEITO DE MÉMORIA.....	38
CONHECIMENTOS ANCESTRAIS E MEMÓRIAS DE MULHERES NEGRAS SOBRE O CABELO CRESPO .....	42
<b>CABELO BBB: BOM, BONITO E BARATO. ....</b>	<b>53</b>
<b>RECEITAS CASEIRAS, PRODUTOS CAPILARES E APROPRIAÇÃO CULTURAL .....</b>	<b>61</b>
<b>MEMÓRIAS SOBRE A INDÚSTRIA DE PRODUTOS CAPILARES: COMUNICAÇÃO, IMAGEM E PROPAGANDA .....</b>	<b>66</b>
.....	69
.....	69
.....	70
.....	70
.....	70
<b>A ANTROPOLOGIA DA MEMÓRIA COMO UMA PERSPECTIVA DE PENSAMENTO EM     JOEL CANDAU E NICOLE LAPIERRE. ....</b>	<b>77</b>
<b>CONCLUSÃO.....</b>	<b>83</b>
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	<b>86</b>
<b>LISTA DE ANEXOS .....</b>	<b>91</b>

## INTRODUÇÃO

A decisão de não mais alisar o cabelo revolucionou a vida de muitas mulheres. Elas se descobriram negras, passando a ter orgulho dos seus traços negroides, principalmente dos seus cabelos.

Início com essa afirmação para apresentar o panorama da minha ligação com esse tema, presente na minha trajetória acadêmica e, sobretudo, na minha vida pessoal.

No ano de 2014, ingressei no curso de Licenciatura em Ciências Sociais, no Instituto Federal de Goiás (IFG). Fui aprovada em 3º lugar pelo sistema de cotas raciais. Tinha apenas 17 anos, e estava me ambientando naquele novo universo acadêmico. Desse período, tenho uma memória que me marcou muito, e foi a partir daquele dia que passei a me interessar pela temática da estética negra. Narro-a seguir.

Certo dia, em uma aula da disciplina de Introdução às Ciências Sociais, um dos poucos professores negros da instituição, o Dr. Neville Santos, me disse a seguinte frase: “Solte o cabelo e prenda o preconceito”. Não me lembro como chegamos nesse assunto, mas essa frase me chamou atenção.

Ele explicou que o racismo também ocorre por meio da estética. Isso me fez recordar as diversas violências que havia vivenciado na escola, principalmente em relação ao meu cabelo. Refleti muito sobre a frase do professor Neville, reflexão essa que me encorajou a soltar meu cabelo, tendo em vista que havia anos eu adotava o penteado rabo de cavalo, que consiste em manter todo o cabelo preso, deixando à mostra somente metade dos fios. Naquele período, já não o alisava havia alguns meses, pois, durante um processo de alisamento, havia perdido uma quantidade significativa do meu cabelo como resultado do uso de um forte produto químico. Assim, fui em um salão perto de minha casa e pedi que retirassem a maior parte do alisamento químico que estava presente nos fios do meu cabelo, repetindo esse procedimento a cada três meses.

Durante esse período de espera para cortar novamente, eu percebia meu cabelo renascendo. Notava também olhares carregados de racismo, além da desaprovação de familiares e amigos, acompanhada de comentários sobre o fato de meu cabelo estar daquele jeito — com a raiz cacheada e as pontas lisas. Por outro lado, recebi apoio de muitas pessoas negras do campus universitário onde estudava,

como professores, assistente social e psicólogo. Na minha família, apenas meu irmão e meu pai demonstraram esse apoio.

Em uma das ocasiões em que retornei ao salão para repetir o processo de corte, a cabeleireira retirou muitas pontas, me deixando com o cabelo muito curto, praticamente rente à cabeça, minha sensação era de que eu estava quase careca. A forma como ela cortava meu cabelo era semelhante ao corte feito em cabelos lisos, sem se atentar ao fator de encolhimento de um cabelo crespo. Quando ele é cortado estando molhado e os fios são muito puxados para que se retirem as pontas ressecadas ou com resíduos de química, pode ocorrer de o cabelo ficar bem curto e foi o que aconteceu comigo.

Para mim, o resultado desse corte foi trágico e traumático. Trouxe à tona memórias das vezes em que minha mãe cortou o meu cabelo estilo “*joãozinho*”<sup>1</sup> – quando eu estava com piolhos no cabelo, ou quando ele estava muito grande e se tornava difícil de “cuidar”. Esse estilo de cabelo rendia a mim muitas piadas e risadas na escola, por parte dos colegas na vizinhança e entre meus irmãos.

Para solucionar o “problema” do corte do meu cabelo, aderi ao uso de tranças africanas bem compridas. Percebi uma melhor aceitação por parte das pessoas que estavam ao meu redor, por me aproximar então do padrão do cabelo “bonito”: liso e longo. No entanto, outras vezes percebi olhares e falas racistas em reprovação: “Como você lava esse ‘trem’?”; “Isso não é coisa de macumbeiro?”. Frases como essas têm uma conotação racista a respeito das culturas africanas, já que as tranças são penteados africanos carregados de significados sobre suas culturas.<sup>2</sup>

Minha vivência capilar me aproximou cientificamente do tema da transição capilar. No ano de 2016, o professor Neville, referido anteriormente, me convidou para desenvolver uma pesquisa pelo Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica (PIBIC) sobre o cabelo da mulher negra, que tinha como título “Negritude e identidade: construções identitárias de mulheres negras em torno dos cabelos em salões de beleza de Anápolis-GO”. Esse projeto objetivava compreender o processo

---

<sup>1</sup> Esse termo é usado para se referir ao resultado de um corte que deixa o cabelo parecido com o tradicional corte de cabelo masculino, baixo e formal.

<sup>2</sup> As tranças ultrapassam a questão estética, sobre esse assunto temos a dissertação de Luane Bento dos Santos, “Para além da estética: uma abordagem etnomatemática para a cultura de trançar cabelos nos grupos afro-brasileiros”. Disponível em: <https://catarinas.info/wp-content/uploads/2017/04/DISSERTACAO-LUANE-BENTO-SANTOS.pdf>. Acesso em 05 jun. 2020.

de construção da identidade racial de mulheres negras<sup>3</sup>, dentro de salões especializados em cabelo afro. Para tanto, partiu-se das noções de *negritude* e *identidade* em uma perspectiva sociológica. A pesquisa teve início com um levantamento bibliográfico sobre o assunto, a fim de conhecer informações e dados sobre a problemática da pesquisa. Foi identificado que a temática do cabelo de mulheres negras e seus significados vem sendo investigada há muitos anos no Brasil, sendo essas pesquisas realizadas quase que exclusivamente por mulheres negras.

Com muitas leituras feitas, comecei a pensar na minha própria pesquisa de campo. Na tentativa de “estranhar o familiar”, decidi buscar salões no centro da cidade de Anápolis, Goiás, que ofereciam algum serviço especializado para o cabelo das mulheres negras. Assim, poderia fazer uma análise e contrapor com alguns salões do meu bairro, locais que me eram familiares.

Na época, eu morava na região Sul de Anápolis, em um bairro periférico chamado Vila Mariana, onde a maioria dos moradores são pretos e pobres. Lá, não havia nenhum salão grande, sendo a maioria em garagens ou “*puxadinhos*” de algum ponto da residência. Os serviços oferecidos no salão eram alisamento, escovas e cortes, com preços baratos para manter a freguesia do local. Muitas vezes, cobrava-se somente a mão de obra, porque as próprias clientes levavam produtos de alisamento ou já iam com o cabelo lavado, apenas para serem finalizados com escovação.

A estratégia que usei no primeiro momento foi a seguinte. Aos sábados, me passava por uma possível cliente interessada em alguns serviços que estavam expostos nas vitrines dos salões do centro da cidade, tais quais as tranças *rastafari*, o *permanente afro* e o relaxamento. Mas, para minha surpresa, ouvi que havia uma pessoa que fazia tranças, porém, devido à baixa procura, não estava fazendo mais. Ouvia também que, há muito tempo, se fazia *permanente afro*; que o relaxamento ainda era feito; e que, no entanto, compensava mais realizar o alisamento. Quando olhavam o meu cabelo, me diziam, inclusive: “*Você não quer fazer uma progressiva nesse cabelo não?*”.

---

<sup>3</sup> Segundo o Censo Demográfico de 2010, feito pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), a população residente por cor e raça na cidade de Anápolis é de aproximadamente 334.613 pessoas. Destas, um total de 153.261 se autodeclararam brancas; 158.306 se autodeclararam pardas e 17.619 se autodeclararam pretas.

Já desanimada, parei de ir aos sábados no centro da cidade, até que um dia encontrei uma postagem no *Facebook* sobre um curso de redefinição de cachos<sup>4</sup> voltado para cabeleireiros em um salão da cidade. Busquei na internet informações sobre esse salão; vi no *Instagram* informações sobre alguns procedimentos, como o corte a seco<sup>5</sup>, a redefinição de cachos e o feitio de tranças. Fiquei interessada e curiosa. Mande uma mensagem na página *online* do salão dizendo que gostaria de saber como funcionava a redefinição. Como já faltavam apenas quatro meses para finalizar a pesquisa PIBIC, fui ao salão, agendei um corte e pedi para conversar com o dono, que é um homem negro e era quem realizava esses procedimentos. Falei que era estudante e que estava fazendo uma pesquisa sobre a temática do cabelo cacheado. Perguntei se eu poderia entrevistá-lo, passando então a usar outros serviços para estreitarmos nossa relação e ter autorização para realizar a pesquisa.

No trabalho de campo, observei o comportamento das clientes durante a realização dos procedimentos capilares. Nestes momentos, foi possível identificar que algumas mulheres negras que faziam os alisamentos químicos no cabelo se sentiam bem e admiravam o resultado de uma progressiva<sup>6</sup> ou escova. Ao se verem no espelho e perceberem que seus cabelos estavam próximos do padrão branco eurocêntrico, elas manifestavam uma sensação de conforto. Tal conforto decorre de serem bem aceitas pela proximidade estética com o modelo ocidental branco. O forte contraponto são as mulheres negras que, ao reafirmarem sua identidade capilar, expressam quem realmente são, com empoderamento e liberdade.

Os resultados apontaram para uma crescente consolidação de uma identidade negra, que se refletia na transição capilar e que aumentava a demanda por produtos e serviços étnicos especializados. Ao final da pesquisa, decidi manter essa temática em meu Trabalho de Conclusão de Curso (TCC), focalizando o fenômeno de transição capilar<sup>7</sup> de negros e negras. A escolha em continuar com esta temática se deu, em grande parte, porque o dono do salão, que mantinha a cabeça raspada, decidiu deixar o cabelo crescer. Além disso, também havia descoberto na cidade, a existência de um

---

<sup>4</sup> Procedimento químico que utiliza a técnica de separar mechas do cabelo para modelar os cachos, deixando-os bem definidos ou com menos volume.

<sup>5</sup> Cortar o cabelo com os fios secos e finalizados. Ao realizar o corte assim, é possível verificar como vai ficar o resultado final, alinhando melhor os fios evitando surpresas desagradáveis no comprimento.

<sup>6</sup> A escova progressiva é um procedimento químico que alisa os cabelos gradativamente, diminuindo o volume, o *frizz* e as ondulações. A maioria dos produtos usados para a progressiva são proibidos no Brasil por causa do formol.

<sup>7</sup> Transição capilar é caracterizado pelo processo de interrupção do uso de produtos químicos, alisantes nos cabelos, para retornar novamente à textura natural.

salão étnico focado em tranças. Na nova fase da pesquisa, os focos estavam em conseguir informações sobre as percepções das entrevistadas em relação à discriminação racial motivada pela aparência dos cabelos crespos; em identificar os motivos para o retorno ao cabelo natural; e em discutir a escolha do uso de tranças nos cabelos das participantes da pesquisa.

O movimento de transição capilar era bastante novo na cidade. Os produtos específicos eram escassos, salões especializados também. Pouco se sabia sobre as tranças, sua beleza e seus benefícios para a transição capilar e para a afirmação da negritude. Como estava pesquisando sobre o assunto a partir de trabalhos sobre cabelo já existentes, e acompanhado as discussões através de um grupo fechado no *Facebook*, chamado “Crespas e Cacheadas em Transição”, percebi que, para mudar o cenário, era preciso ampliar minha atuação para além de uma pesquisa, transformando-a em ação. Por meio do grupo, passei a acompanhar os resultados dos “Encontros de Crespas e Cacheadas” realizados em muitas cidades do Brasil. Assim, senti-me motivada e preparada para promover um encontro de crespas e cacheadas em minha cidade, com o objetivo de mostrar à comunidade local a importância da valorização da estética negra, bem como a existência de salões especializados. Além disso, busquei devolver um pouco do conhecimento sobre relações raciais em uma linguagem mais acessível e menos acadêmica. Os encontros seguem uma estrutura específica:<sup>8</sup>:

- Realização em um espaço público e aberto;
- Escolher um domingo ou feriado;
- Criar um evento no Facebook pelo menos um mês antes;
- Alimentar a página do evento com postagens;

Realizei o evento no dia 26 de março de 2017 em um parque aberto, localizado na região Central da cidade, em um dos bairros nobres da cidade, o Jundiáí.

---

<sup>8</sup> Essa estrutura foi criada para o Encrespa Geral, considerado o maior evento em prol do cabelo natural, que ocorre em diversos Estados do país e até em algumas cidades do mundo. Sobre esse evento em terras goianas, temos a monografia de Andressa Cherem: “IDENTIDADES NEGRAS E MUSEOLOGIA COMUNITÁRIA: “Encrespa Geral – Goiânia” movimento comunitário de mulheres negras protagonistas, guardiãs e comunicadoras de memórias”. Disponível: [https://files.cercomp.ufg.br/weby/up/106/o/TCC\\_Andressa\\_Museologia\\_UFG.pdf](https://files.cercomp.ufg.br/weby/up/106/o/TCC_Andressa_Museologia_UFG.pdf). Acesso em: 10 mar. 2020.

Figura 1: Parque Ipiranga, em Anápolis, Goiás.



Fonte: Fotografia de Diego Oliveira, 2017.

Ele ocorreu no horário compreendido entre 14h00min e 17h00min. Houve adesão de mais de 100 pessoas; dentre eles, homens, mulheres e crianças, que vieram de várias regiões da cidade. Abordei questões de empoderamento, racismo, transição capilar, cuidados com o cabelo; houve feira de acessórios afros, oficina de trança, depoimentos, sorteio de brindes para os participantes e muitas fotografias. O evento teve uma repercussão significativa na cidade, de maneira que dois sites

jornalísticos<sup>9</sup> produziram matérias sobre o encontro – dias antes da realização, na véspera e depois.

Figura 2: Participantes do I Encontro de Cacheadas e Crespas, em Anápolis, Goiás.



Fonte: Fotografia de Rafael Ferraz, 2017.

---

<sup>9</sup> Matérias jornalísticas: 1) <https://diariodegoias.com.br/anapolis-recebera-o-1-encontro-de-cacheadas-e-crespas/60948/>; 2) <https://portal6.com.br/2017/03/27/encontro-de-cacheadas-e-crespas-de-anapolis-recebeu-mais-de-100-participantes/>

Figura 3: Oficina de tranças.



Fonte: Fotografia de Paulo Honorato, 2017.

Figura 4: Depoimento sobre a transição capilar.



Fonte: Fotografia de Marcelo Vitorino, 2017.

As conclusões do meu TCC permitiram a reflexão de que a transição capilar é um processo subjetivo e político importante. Ele abre caminho para que a mulher negra em uma situação vulnerável à discriminação racial afirme sua negritude e identidade. Assumir seus cabelos naturais em ambientes onde antes os apresentava alisados permite a ela a reconstrução e reconexão com suas características físicas naturais e, de certa forma, com a ancestralidade presente no uso positivado do cabelo crespo como signo de pertencimento afro-brasileiro.

Concomitante a esse movimento de transição capilar, pude perceber uma transformação na cadeia de produção de cosméticos específicos para cabelos cacheados e crespos. Os muitos trabalhos que li durante as minhas pesquisas de graduação mencionavam a questão dos cosméticos apenas como uma questão secundária, tendo em vista que o foco das pesquisas estava direcionado para o entendimento da afirmação da identidade negra através do cabelo.

As ideias iniciais da pesquisa de mestrado, quando submetida ao processo seletivo do programa, eram problematizar e investigar os discursos presentes nas embalagens de produtos capilares para crespas e cacheadas, apontando a falta de representatividade de mulheres negras nas imagens presentes nos rótulos dos cosméticos.

Com o avanço da escrita do projeto e a revisão da literatura da pesquisa para o exame de qualificação, encontrei três dissertações recém-publicadas<sup>10</sup>(2019, 2020, 2021), que apresentavam respostas aos argumentos que inquietavam a minha pesquisa. Por isso, foi necessária uma mudança de foco nos eixos de investigação.

Confesso que os novos rumos da pesquisa me deixaram bastante preocupada, considerando a brevidade do tempo do mestrado e a impossibilidade de adaptar o foco para casas de cosméticos em Goiânia, dado o contexto de crise sanitária que se instalou no mundo com a pandemia da COVID-19.

Em uma busca mais detalhada na Biblioteca Digital Brasileira de Dissertações e Teses (BDTD) e na Plataforma Sucupira, utilizando vários filtros de palavras-chave – tais como *indústria*, *mulheres negras*, *cosméticos*, *publicidade*, *propagandas*, *corpo* e *consumo* –, encontrei quinze trabalhos. Eles se dividem em cinco dissertações de mestrado, uma tese de doutorado e nove artigos de diversas áreas do conhecimento: Sociologia (1), Comunicação (8), História (1), Administração (1), Ciências Sociais (1), Educação (1), Economia (1) e Linguística (1).

---

<sup>10</sup> Sobre os trabalhos mencionados:

“ESSE BOOM É NOSSO? DISCURSOS SOBRE A TRANSIÇÃO CAPILAR NA PUBLICIDADE DE COSMÉTICOS”. Disponível em: <https://repositorio.ufmg.br/handle/1843/33925>. Acesso em: 08 out. 2021.

“A MULHER NEGRA NAS EMBALAGENS DE COSMÉTICOS PARA CABELOS CRESPOS E CACHEADOS”. Disponível em: [https://sappg.ufes.br/tese\\_drupal/tese\\_14122\\_DISSERTA%C7%C3O\\_revisada\\_Juliana%20Bellia%20Braga.pdf](https://sappg.ufes.br/tese_drupal/tese_14122_DISSERTA%C7%C3O_revisada_Juliana%20Bellia%20Braga.pdf). Acesso em: 08 out. 2021.

“TRANSFORME-SE EM VOCÊ: PRÁTICAS DE SIGNIFICAÇÃO EM TORNO DA DIFERENÇA NA PUBLICIDADE DE COSMÉTICOS PARA CABELOS CRESPOS E CACHEADOS VEICULADA POR MÍDIAS DIGITAIS”. Disponível em: <https://repositorio.ufscar.br/handle/ufscar/14716>. Acesso em: 08 out. 2021.

Nesse processo de repensar os caminhos da pesquisa, notei que os discursos e as imagens dos produtos capilares são objetos de transformações constantes, principalmente com as reivindicações por representatividade, usualmente publicadas na *internet*. Mas percebi uma questão mencionada nos muitos trabalhos que li e que era até então pouco explorada: a questão das linhas de produtos *gourmet*, que não apenas evocam receitas caseiras, mas se ancoram diretamente em um repertório de saberes construídos e compartilhados historicamente entre mulheres negras. Trata-se de uma memória socializada, transmitida entre gerações, que articula cuidado, identidade e resistência, e que agora é ressignificada e apropriada pelo mercado. Diante disso, emerge um questionamento central: até que ponto essas linhas representam, de fato, uma resposta às demandas de mulheres crespas e cacheadas, ou se configuram como uma incorporação mercadológica de práticas e memórias coletivas?

A questão dos produtos permaneceu instigante, mas passou a ser compreendida, sobretudo, como uma via de acesso ao estudo da memória. A partir de uma cena da minissérie *A vida e a história da Madame C.J. Walker*, disponível na *Netflix*<sup>11</sup>, uma lembrança foi acionada não apenas como recordação individual, mas como expressão de uma memória social compartilhada, tornando-se eixo central desta investigação.

No primeiro episódio da minissérie, a atriz Octavia Spencer<sup>12</sup> interpreta Sarah, uma lavadeira que trabalha para Addie, uma mulher negra de pele clara. Em troca do serviço, Sarah recebe um tratamento capilar conhecido como “elixir capilar”, cuja promessa era estimular o crescimento dos fios. Embora o produto tenha apresentado resultados visíveis na recuperação do cabelo de Sarah, ele também causou ardência e desconforto em seu couro cabeludo devido aos componentes químicos agressivos de sua fórmula. Essa situação revela como, historicamente, o cuidado com o cabelo crespo tem sido atravessado por experiências de dor — uma dor muitas vezes naturalizada pela crença de que “se está doendo, é porque está fazendo efeito”.

---

<sup>11</sup> Na plataforma de *streaming Netflix*, a minissérie apresenta a seguinte sinopse: Uma afro-americana que venceu a pobreza, construiu um império de produtos de beleza e se tornou a primeira milionária pelo próprio esforço, baseado em uma história real. Disponível em: <https://www.netflix.com/br/title/80202462>.

<sup>12</sup> É uma premiada atriz estadunidense, se tornando conhecida no Brasil em agosto de 2010, a partir do seu protagonismo no filme *Vidas Cruzadas*. Ela interpretou a empregada mal-humorada e irreverente Minny Jackson, por essa atuação, ganhando o Globo de Ouro de melhor atriz coadjuvante de 2012.

A relação entre Addie e Sarah é atravessada pelo colorismo, o que acaba afastando as duas. Movida pelo desejo de melhorar de vida, Sarah enxerga no produto capilar uma oportunidade. Ela passa a recriar a receita, ajustando o cheiro e diminuindo a ardência no couro cabeludo, além de acrescentar ingredientes naturais e caseiros à composição. Os testes são realizados inclusive em sua filha, até que se chega a uma fórmula eficaz, capaz de resolver o problema estético da época, ao mesmo tempo em que devolve autoestima e promove a aceitação. Ao recriar e modificar a fórmula do produto com a incorporação de elementos caseiros, a narrativa explicita a produção de saberes que não se limitam ao âmbito individual, mas se constituem como práticas coletivas, transmitidas e reelaboradas entre mulheres negras.

Essa cena me fez lembrar das *misturinhas* caseiras que minha mãe e minhas irmãs mais velhas criavam para cuidar dos cabelos. Muitas das receitas criadas por elas reaparecem nas plataformas digitais, como o *Facebook* e o *Youtube*.

Ao pensar em uma mulher nos EUA criando seus produtos de embelezamento capilar, em minha mãe no Brasil, e em outras mulheres localizadas em várias partes do território brasileiro, cheguei às seguintes indagações. De que modo os saberes ancestrais sobre os cuidados com os cabelos crespos têm sido passados de geração a geração? Quais os saberes ancestrais que as interlocutoras utilizam para “se defenderem” da indústria de cosméticos? Quais impactos causados na autoestima das interlocutoras por essa indústria? Quais as possibilidades que se abrem ao campo da Antropologia e dos estudos sobre memória quando pensamos ancestralidade negra e cuidados com os cabelos crespos?

Para responder a essas questões, utilizei alguns critérios na escolha das minhas interlocutoras: 1) idade acima de 30 anos, 2) distintas classes sociais, 3) escolaridade variada, 4) localização variada. Foram convidadas para a pesquisa duas africanas – mãe e filha –, duas quilombolas – mãe e filha –, uma ativista do movimento negro goiano, uma Afroempreendedora no ramo capilar, uma especialista em cabelos afros e uma estrategista digital de empoderamento do cabelo. Justificam-se tais perfis por considerar a hipótese de que sejam mulheres herdeiras de saberes ancestrais e como forma de apresentar a pluralidade de tais conhecimentos. Esse perfil de mulheres negras foi pensado para dialogar com os Marcadores Sociais da Diferença, colocando em análise o entrecruzamento de categorias diferenciais de gênero, classe, raça e geração (HIRANO, 2019).

Através do método autoetnográfico (GAMA, 2020), proponho analisar as minhas narrativas em perspectiva com as das minhas interlocutoras no que concerne o cuidado com o cabelo, cosméticos, estratégias digitais e da indústria de produtos capilares. Para elaboração dessa pesquisa, fiz uso de distintos métodos qualitativos de pesquisa antropológica: entrevistas abertas, histórias de vida, pesquisa *on-line*, exposição de fotografias e imagens e uma entrevista presencial no salão de beleza *Kira's*. Além disso, analisei tutoriais de receitas caseiras para o tratamento capilar no *Youtube*, discussões no grupo do *Facebook*, já mencionado anteriormente, catálogos *online* de cremes e outras referências que busquei digitalmente e que as minhas interlocutoras mencionaram nas entrevistas.

A minha primeira visita ao salão de beleza ocorreu em outubro de 2021, período esse em que já havia tomado a primeira dose da vacina da Covid-19 há três meses e a partir da publicação do decreto de nº 4.166<sup>13</sup>, divulgado pela Prefeitura de Goiânia e que permitiu o funcionamento de outros comércios que não eram considerados essenciais.

Durante esse período, busquei realizar algumas entrevistas *online* com a minha interlocutora. No entanto, visto que a rotina de um salão de beleza é agitada, entendi que se eu não fosse até o local, seria inviável sua participação na pesquisa.

Nesse trabalho, em diálogo com a teórica afro-estadunidense Patrícia Hill Collins (2019) e nomeio todas as mulheres que constroem essa pesquisa comigo de intelectuais negras, validando o conhecimento que é produzido por este grupo. Seguindo a lógica ritualística do ambiente acadêmico apresento<sup>14</sup> resumidamente o “currículo” das pensadoras, junto a uma breve introdução de quem sou acompanhada por uma fotografia das mulheres da minha família — minha primeira rede de saberes.”

---

<sup>13</sup> Decreto publicado em 18 de outubro de 2021. Disponível em: [https://www.goiania.go.gov.br/html/gabinete\\_civil/sileg/dados/legis/2021/dc\\_20211018\\_000004166.html](https://www.goiania.go.gov.br/html/gabinete_civil/sileg/dados/legis/2021/dc_20211018_000004166.html). Acesso em: 05 fev. 2022.

<sup>14</sup> A autorização do uso da imagem nesse trabalho, foi aderido por todas via Termo de Consentimento Livre Esclarecido (TCLE)

**Maria das Neves Jardim**

Figura 5: Maria das Neves Jardim.



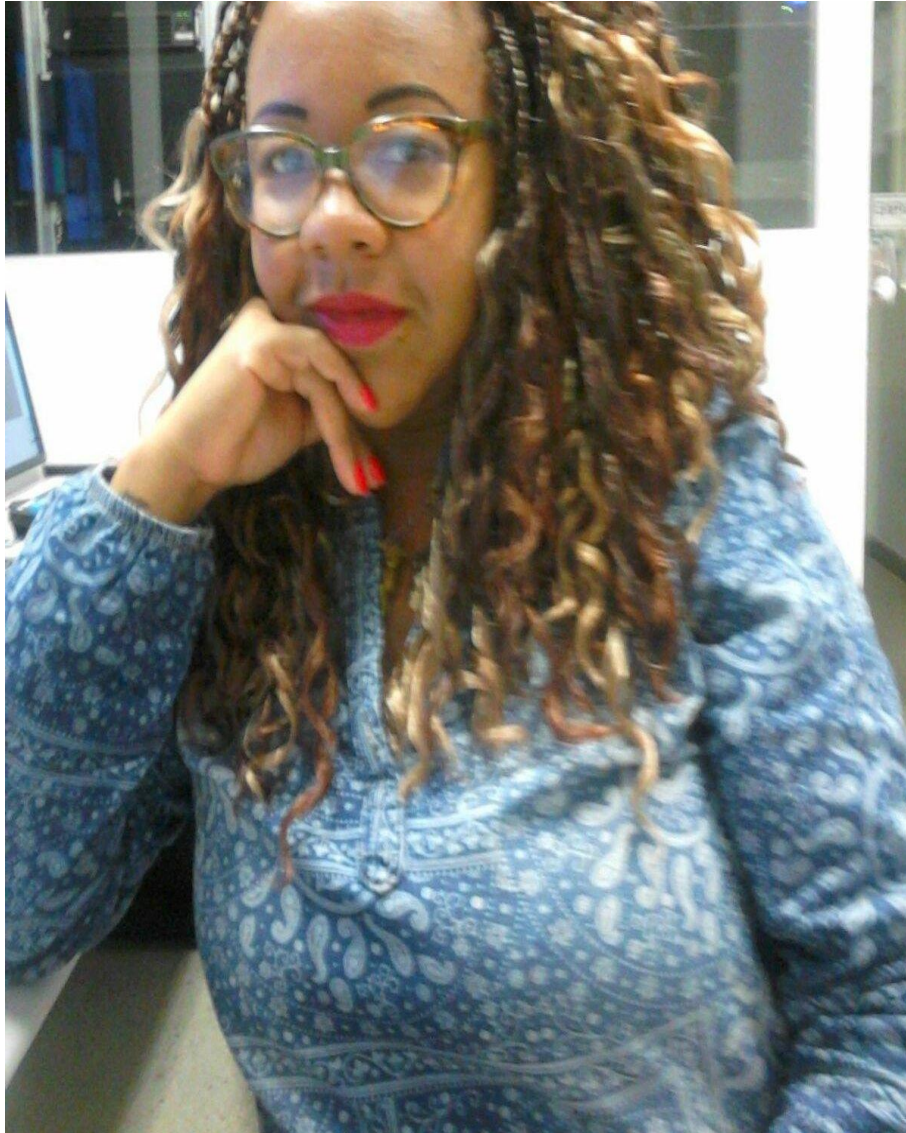
Fonte: *Facebook*.

No período da pesquisa, tinha 36 anos, é natural do sertão de Conceição do Norte do Tocantins, descendente do quilombo Lajeado. Afroempreendedora, cabeleireira especialista em cabelos afros, trancista e terapeuta capilar há 12 anos, dedica-se ao empoderamento, afro-afeto e autocuidado em uma perspectiva coletiva. Parceira no Salão *Su Beauty Maisom*. Todos os seus conhecimentos são mobilizados em prol de uma educação étnico-racial, principalmente na área da estética negra, cultura e saúde, desenvolvendo também projetos, eventos, oficinas e palestras. É

também Licenciada em Letras pela PUC-Goiás e Mestra em Linguística pela UFG. Além disso, é integrante da *Gira Leodegaria* e das *Pretas de Angola*.

### **Marta Quintiliano**

Figura 6: Marta Quintiliano.



Fonte: *Facebook*.

No período da pesquisa, tinha 39 anos. É quilombola da Comunidade Vó Rita, de Trindade (GO). Filha de Dona Maria Madalena, tem ensinado às sobrinhas o cuidado com o cabelo a partir do afeto. É bacharela em Relações Públicas, mestra e doutoranda em Antropologia Social pela UFG. É também autora do conceito de redes

afro-indígenaafetivas<sup>15</sup>, que são formadas para assegurar a entrada, permanência e conclusão de trajetórias acadêmicas de indígenas, negros e negros quilombolas.

### **Dona Maria Madalena**

Figura 7: Dona Maria Madalena, ao centro da imagem, com suas filhas e neta.



Fonte: Arquivo pessoal de Marta Quintiliano.

---

<sup>15</sup> Dissertação de Marta Quintiliano: <https://ppgas.fcs.ufg.br/p/2122-teses-e-dissertacoes> .

Tem 64 anos. É quilombola da Comunidade Vó Rita, de Trindade (GO). É mãe da Marta Quintiliano. Aprendeu com sua mãe a cuidar do cabelo com elementos da natureza, como o chá de alecrim para prevenir a queda de cabelo e o óleo de mamona para fortalecer o cabelo e fazê-lo crescer. Estes ensinamentos foram aplicados nos cabelos das suas filhas e agora nos das suas netas.

### **Eufrásia Nahako Songa**

Figura 8: Eufrásia Nahako Songa



Fonte: *Facebook*.

Tem 31 anos. É de Angola, país no sul da África. Filha de Dona Celina Songa, gosta de usar vários estilos de penteados no cabelo, como tranças e *dreadlocks*. É jornalista e professora, mestra em Antropologia Social pela UFG, autora da dissertação: (Re)significações das tranças e outros penteados em Angola: as moças das tranças na “Praça Nova” da cidade do Lubango.<sup>16</sup>

### Dona Celina Songa

Figura 9: Dona Celina Songa, à direita.



Fonte: Arquivo pessoal de Eufrásia.

<sup>16</sup> Dissertação disponível em: <https://ppgas.fcs.ufg.br/p/2122-teses-e-dissertacoes>.

Tem 52 anos. É de Angola, da Província de Lubango. É mãe da Eufrásia Songa. Utiliza a *aloe-vera* na lavagem dos cabelos, também chamada de *oshandala* na língua Umbundo.<sup>17</sup> Para nutrir e hidratar o cabelo usa-se o óleo de Mompeque, proveniente da região sul de Angola.

### Janira Sodr 

Figura 10: Janira Sodr .



Fonte: Facebook.

---

<sup>17</sup> Umbundo   uma língua banta falada pelos ovimbundos, povo originário das montanhas centrais de Angola. É importante lembrar que devido à expansão colonial portuguesa alguns países do continente africano foram colonizados e tiveram como consequência a implementa o da língua dos colonizadores em seu país.

Tem 50 anos. Natural de Santa Luzia do Maranhão, é ativista do movimento negro de base acadêmica<sup>18</sup> em Goiás há mais de dez anos. Foi presidente do Conselho de Igualdade Racial do Estado de Goiás (2013-2016). Janira também é servidora pública do Instituto Federal de Goiás, atuando na Coordenação de Filosofia e Ciências Humanas do campus Goiânia. Foi minha primeira referência de uso do cabelo natural no meio acadêmico. Cresceu em uma casa de oito mulheres, onde o cuidado com o cabelo onde o cuidado do cabelo era realizado das mais velhas para as novas. Sua avó era produtora de azeite de mamona, conhecido industrialmente como “óleo de rícino”.

---

<sup>18</sup> Ratts apresenta no artigo: “Corpos negros educados: notas acerca do movimento negro de base acadêmica”, uma discussão histórica sobre a especificidade desse movimento. Disponível em: <https://repositorio.bc.ufg.br/handle/ri/18352>. Acesso em 10/03/2023.

## Diana Sanzione

Figura 11: Diana Sanzione.



Fonte: *Facebook*.

Tem 38 anos e é natural de Brasília. Fundadora da empresa digital de educação “Liga das Crespas e Cacheadas”, que tem como foco transformar a relação das mulheres com seus cabelos, com sua beleza e com seu autocuidado. É também professora, e, ao perceber os processos de construções pessoais e coletivas que acontecem dentro da universidade, fez com que sua atuação valorizasse os saberes ancestrais no cuidado com o cabelo — que não necessariamente são formalizados pela ciência tradicional, através da informação segura. Utiliza do “marketing de causa”

para dar visibilidade a essas questões, por meio de *e-books*, congressos e minicursos produzido por profissionais negras que entendem do assunto.

### **Walkiria de Barros**

Figura 12: Walkiria de Barros.



Fonte: Facebook

Tem 49 anos e é natural de Goiânia, Afroempreendedora. É formada em Gestão de Beleza Estética e Cosmética, pela UEG, é proprietária do salão de beleza “Kiras”, em Goiânia- GO que administra com família. Cansada de alisar cabelos no seu salão,

desenvolveu uma linha de cosméticos que hidratasse os cabelos crespos e que está há 10 anos no mercado.

### **Dáguila Boaventura**

Figura 13: Em sequência, Maria da Silva (mãe de Dáguila), Dávila e Daniela (irmã de Dáguila) e á direita Dáguila Boaventura.



Fonte: Arquivo pessoal de Dáguila Boaventura.

Tenho 27 anos, sou natural de Araraquara-SP e vivo em Anápolis-GO desde os cinco anos de idade. Aos sábados, eu observava atentamente a rotina de cuidado capilar das minhas irmãs mais velhas. Elas faziam verdadeiros rituais de hidratação, aplicando cremes e potencializando os cuidados com ingredientes como abacate e óleo de coco, além de utilizarem gelatina sem sabor para definir e fixar os cachos. Com o tempo, deixei de ser apenas observadora e passei a participar desses

momentos, incorporando-os à minha própria experiência. Mesmo após a saída das minhas irmãs de casa, mantive esses rituais junto à minha mãe e, posteriormente, com minhas sobrinhas, dando continuidade a esse conjunto de práticas compartilhadas. Durante o meu processo de transição capilar, intensifiquei a busca por informações, recorrendo a blogs, canais do *YouTube*, além de plataformas como *Facebook* e *Instagram*, onde encontrei novas receitas, técnicas e formas de cuidado, ampliando e ressignificando esses saberes construídos coletivamente.

\*\*\*\*\*

Este trabalho apresenta a seguinte organização. No primeiro capítulo, descrevi o protagonismo das mulheres negras brasileiras nas ações de autoafirmação da beleza e da estética negra durante as fases históricas do movimento negro brasileiro, analisando o fenômeno da transição capilar como uma continuidade do movimento negro na contemporaneidade.

No segundo capítulo, discuti o conceito de *memória* em Halbwachs (1950), Bosi (1994), Evaristo (2013) e Kilomba (2019), que subsidiou pensar as vivências coletivas de mulheres negras no cuidado e tratamento de seus cabelos. Em seguida, apresento as técnicas de cuidados de cabelo que circularam entre gerações de mulheres negras, em discussão com a perspectiva de Mauss (1998) sobre as técnicas do corpo.

No terceiro capítulo, exponho a relação da indústria de produtos capilares com os saberes ancestrais de mulheres negras sobre o cuidado com os cabelos. Parto da análise de alguns vídeos do *Youtube* e da criação de produtos que fazem alusão às *receitinhas* caseiras disseminadas nas plataformas digitais, buscando também dialogar com a discussão sobre apropriação cultural.

No quarto capítulo, analiso criticamente quatro propagandas de cremes de cabelos direcionado para as mulheres negras, apontando as construções levantadas pela publicidade sobre “raça e beleza”. Trago as percepções das interlocutoras sobre a indústria de cosméticos e, por fim, apresento algumas reflexões sobre a potencialidade da Antropologia da memória proposta por Joel Candau (2005) e Nicole Lapierre (1989) para discutir as memórias das mulheres negras em uma relação linear de passado e presente.

## CAPÍTULO 1

### **A RESISTÊNCIA ESTÉTICA DAS MULHERES NEGRAS: UMA RELAÇÃO COM O MOVIMENTO NEGRO NO PASSADO E O PRESENTE**

O processo de aceitação social dos caracteres negros, principalmente a manutenção dos cabelos naturais, guarda relações com o processo social mais amplo de resistência, luta e posicionamento político de sujeitos negros em diversos momentos históricos, por intermédio dos movimentos sociais.

Petrônio Domingues (2007) define o movimento negro como:

(...) a luta dos negros na perspectiva de resolver seus problemas na sociedade abrangente, em particular os provenientes dos preconceitos e das discriminações raciais, que os marginalizam no mercado de trabalho, no sistema educacional, político, social e cultural (Domingues, 2007, p.101).

Segundo esse mesmo autor, historicamente, o movimento negro no Brasil está dividido em três fases. A primeira compreende o período entre a República e o Estado Novo (1889–1937). Esse novo sistema político não assegurou profícuos ganhos materiais ou simbólicos para a população negra, deixando-os à margem da sociedade. Com isso, foram instituídos movimentos de mobilização racial negra no Brasil, inicialmente vistos através da fundação de associações, clubes e grêmios em alguns estados brasileiros. Destacam-se, nesse período, a consolidação de uma imprensa negra e a fundação da Frente Negra Brasileira (FNB).

O contingente de mulheres que integravam a Frente Negra era extenso. Na delegação da FNB de Guaxupé/MG, por exemplo, 33 das 72 primeiras afiliações foram de mulheres, de acordo com a publicação do jornal da Voz da Raça de 29 de abril de 1933. Em certas delegações do interior e de outros estados, existia o núcleo de senhoras ou Diretoria Feminina, que era dirigido por e para mulheres negras. Dois agrupamentos femininos se destacaram nessa época: as Rosas Negras e a Cruzada Feminina. Esses dois organismos eram responsáveis pela realização e estruturação de atividades recreativas e de assistência social.

A valorização estética da mulher negra fez parte da programação do 13 de Maio de 1934. O Clube Recreativo 28 de Setembro organizou o concurso *Rainha Negra de Jundiá*. A vencedora do concurso foi a Zeferina Apolinário. Depois disso,

delegações de outros lugares passaram a organizar concursos similares, inaugurando esse evento como uma atividade político-cultural.

A segunda fase é datada de 1945 a 1964, período que se estende da Segunda República à Ditadura Militar. Nele, destaca-se a fundação do Teatro Experimental do Negro (TEN), no Rio de Janeiro, em 1944, tendo Abdias do Nascimento como uma das principais lideranças. A iniciativa era mais que um grupo teatral voltado para as pessoas negras, consistia em uma organização política-estética, artística e social. As ações sociais tinham as mulheres como protagonistas. A União Feminina de Madureira, por exemplo, oferecia os cursos de alfabetização e de corte e costura, que foram fundamentais para a processual integração do/a negro/a na sociedade.

A discussão sobre a estética negra também aparece nesse período com a criação de dois concursos de beleza: a Rainha das Mulatas (1947) e a Boneca de Piche (1948). A escolha desses termos foi uma estratégia do TEN para chamar atenção para a beleza das mulheres negras, para além do estereótipo.

Entretanto, muito embora esses termos possam parecer contraditórios à primeira vista – uma vez que mulata e piche dizem respeito a determinadas tonalidades de cor e fenótipo –, [...] embora, fizessem alusão a esses estereótipos eles não foram escolhidos como uma inconsciente ambiguidade, mas, com uma ironia que denunciava a necessidade de conversão de um estereótipo em um modelo positivo de beleza (Braga, 2015, p. 125a. Grifos da autora).

Os critérios de julgamento dos concursos incluíam o talento criativo, os dotes intelectuais e a postura ética da candidata. Apesar da brevidade, os concursos guardam sua força no modo como introduziram a discussão sobre a estética negra, que extrapola a corporeidade negra.

A terceira fase, entre 1978 e 2000, coincide com o período que avança da redemocratização à Nova República. Esse período é marcado pela fundação do Movimento Negro Unificado (MNU), que tem como proposta a defesa do povo negro em todos os aspectos da vida coletiva, tais quais o estético, o político, o econômico, o cultural e o social.

A valorização do estilo de cabelo *Black Power* aparece no cenário brasileiro por meio do movimento negro carioca, através da *Black music*, se tornando um fenômeno entre os jovens negros.

O discurso Black Power, em particular, encontrou ali um solo fértil para se manifestar, estabelecendo uma nova agenda para o movimento negro carioca. Ao mesmo tempo, nesses bailes eram desenvolvidas estratégias alternativas para a construção de um estilo particular, por meio de diferentes exercícios identitários (Oliveira, 2015, p. 79).

O Ilê Aiyê, um dos blocos de carnaval mais antigos do Brasil, tinha como objetivo “dar visibilidade ao negro, excluído dos blocos de carnaval das elites” (CITAÇÃO?). Um dos projetos mais bem sucedidos do grupo foi o denominado “Noite da Beleza Negra”, que teve o mérito de fazer repercutir a discussão sobre a autoafirmação da beleza e da estética negra.

A discussão sobre a desigualdade de gênero no final dos anos 1970 fez com que as mulheres negras se organizassem em torno de pautas específicas. Esse movimento espontâneo culminou na realização do I Encontro Nacional de Mulheres Negras de Valença- RJ, em dezembro de 1988.<sup>19</sup> Esse evento é bastante significativo, tendo em vista o caráter aprofundado das questões étnico-raciais e as relações de gênero e classe social.

Os temas selecionados para discussão e aprofundamento teórico e político no I Encontro foram “mito da democracia racial, família, organizações da sociedade civil (movimento feminista, movimento negro, sindicato, associações, igrejas partidos políticos entre outras), trabalho, educação, ideologia do embranquecimento, meios de comunicação, sexualidade, arte e cultura, saúde, maternidade, política de controle da natalidade, violência, estética, estereótipo das mulatas, sexismo, história das mulheres na África” (Boletim..., 1988, p. 3).

A temática da estética capilar é ponto de debate no encontro. Matilde Ribeiro (1995), no artigo “Mulheres negras brasileiras: de Bertioga a Beijing”<sup>20</sup>, relata que foi promovida uma oficina de tranças com o objetivo de reviver a conexão ancestral entre as participantes. Essas manifestações e tópicos de discussões propiciaram a construção de um pensamento feminista negro, que ganhou mais consistência na quarta fase do movimento negro.

A quarta fase do movimento negro se inicia nos anos 2000, com a ascensão do movimento *hip-hop*. Exemplo que integra esse movimento, o *rap* consiste em um estilo musical que apresenta, em suas letras, protestos que combinam denúncia racial

<sup>19</sup> Cobertura da Cutne do I Encontro de Mulheres Nacional de Mulheres Negras de Valença-RJ. Disponível em: [https://www.youtube.com/watch?v=hs9wHf4tH68&t=943s&ab\\_channel=Cultne](https://www.youtube.com/watch?v=hs9wHf4tH68&t=943s&ab_channel=Cultne). Acesso em: 20 abr. 2023.

<sup>20</sup> O artigo integra a coleção textos da revista “Estudos Feministas”. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/ref/article/view/16459>. Acesso em: 20 out. 2023.

e social. Trata-se, então, de um movimento contemporâneo<sup>21</sup>, que dialoga com a periferia, se diferenciando do discurso vanguardista das entidades negras tradicionais. A juventude afro-descendente é o principal protagonista desse período. As principais pautas são o resgate da autoestima dos negros, a consolidação de políticas de ações afirmativas e a necessidade de enegrecer o feminismo.

Fazendo parte da geração dos anos 2000, busco apresentar como as mulheres negras se valeram das mídias digitais para discutir sobre a naturalização do cabelo negro como um ato político, de amor próprio e à negritude, construindo socialmente uma noção mais popularizada de beleza, a qual alcançou mulheres negras diversas.<sup>22</sup>

## REDES SOCIAIS, CABELO E MOVIMENTO DE MULHERES NEGRAS

Segundo Castells (2003), a *internet* não é simplesmente uma tecnologia, mas um meio de comunicação que fundamenta as relações sociais na contemporaneidade. As plataformas de mídias digitais – *blogs*, a plataforma *Youtube*, as redes sociais *Facebook* e *Instagram* – têm impactado política e culturalmente o uso do cabelo naturalmente crespo e cacheado, principalmente através de discussões sobre o fenômeno da transição capilar.

Recordo-me que nas minhas primeiras buscas de informações na internet sobre cuidado com o cabelo, nos *blogs Menina Black Power*<sup>23</sup> e *Cacheia*<sup>24</sup> encontrei conteúdos voltados para mulheres que estavam passando pelo processo de transição capilar. Nos vídeos do *YouTube*, vi na prática como eram feitos esses cuidados. No entanto, foi em grupo fechado do *Facebook*, denominado *Cacheadas em Transição (Oficial 2012)*, que entendi que a minha experiência individual tinha um nome, era coletiva e atingia mais 239,6 mil pessoas de vários lugares do Brasil.

---

<sup>21</sup> Sobre essa questão sugiro a leitura da tese de doutorado “O Mundo Negro”: a constituição do movimento negro contemporâneo no Brasil (1970-1995)”. Disponível em: <https://www.historia.uff.br/stricto/td/1254.pdf>. Acesso em 20 set. 2022.

<sup>22</sup> Utilizo a categoria de mulheres negras diversas para me referir a pluralidade de mulheres participantes desse novo período: acadêmicas, donas de casa, adolescentes, jovens e mulheres da terceira idade, que têm fomentado, nas mídias sociais digitais, discussões sobre a temática dos cabelos.

<sup>23</sup> Que pode ser acessado no seguinte endereço eletrônico: <https://meninasblackpower.blogspot.com/p/faq.html>.

<sup>24</sup> Que pode ser acessado no seguinte endereço eletrônico: <http://cacheia.com/>.

Figura 14: Print da página inicial do grupo Cacheadas e Crespas 2012 (Oficial).



Fonte: Facebook.

Nilma Lino Gomes (2007) afirma que a população negra sempre se manteve organizada de muitas formas: os quilombos, associações e movimento negro tinham como objetivo superar o racismo e valorizar a cultura, a religiosidade, a estética e a ancestralidade negra. Na descrição sobre o que é o grupo, disponível a seguir (Fig. 14), é possível notar um diálogo com o que autora chama de organização coletiva em prol de uma causa, com um objetivo específico.

Figura 15: Print da descrição do grupo.

**Sobre este grupo**

---

**PROIBIDO O INCETIVO AO USO DE QUÍMICA NO GRUPO** (exceto tintura e descoloração).  
**EXCLUSIVAMENTE FEMININO.**

O grupo Cacheadas em Transição, fechado e exclusivamente feminino, foi criado para incentivar e ajudar, com dicas e troca de experiências, meninas que decidiram se libertar de químicas transformadoras como alisamentos, relaxamentos, progressivas e afins a assumir e valorizar sua beleza natural, todas Cacheadas e Crespas são Bem-vindas [Ver menos](#)

-  **Privado**  
Somente membros podem ver quem está no grupo e o que é publicado nele.
-  **Visível**  
Qualquer pessoa pode encontrar o grupo.
-  **Histórico**  
Grupo criado em 27 de outubro de 2012. Nome alterado pela última vez em 19 de outubro de 2017. [Ver mais](#)
-  **Brasil**
-  **Pode incluir conteúdo sinalizado**  
Administradores podem permitir que algumas publicações e comentários fiquem visíveis no grupo, mesmo que sejam sinalizados pelos sistemas do Facebook. [Saiba mais](#)

---

**Membros - 239,6 mil**

---



Erika, Wine e 19 outros amigos entraram



Analice e outros 4 membros são administradores. Thayane e outros 3 membros são moderadores.

[Ver tudo](#)

Fonte: *Facebook*.

Ingressei nesse grupo em 10 de fevereiro de 2014. Ele já existia há mais de dois anos, e lá encontrei, de forma organizada e sistematizada, todas as informações sobre o cuidado e tratamento com cabelos do mesmo tipo do meu. Como o grupo estava sempre recebendo novos membros, na parte de arquivos encontravam-se fixadas informações tais como as regras do grupo, a descrição de receitas caseiras, e até um texto escrito por bell hooks, teórica antirracista estadunidense, intitulado “Alisando nossos cabelos”.

Figura 16: Print dos anexos do grupo.

NOME DO ARQUIVO	TIPO	ÚLTIMA MODIFICAÇÃO
REGRAS DO GRUPO CACHEADAS EM TRANS...	Documento	27 de março de 2018 14:59 de Cacheadas Transição
Selagem com Vinagre de Maça	Documento	13 de janeiro de 2016 16:28 de Camila Ventura
Reconstrução Capilar com Gelatina	Documento	13 de janeiro de 2016 16:00 de Camila Ventura
Nutrição com Maionese	Documento	20 de julho de 2015 16:01 de Camila Ventura
Nutrição com Leite de Coco e Creme de Leite	Documento	20 de julho de 2015 15:33 de Camila Ventura
Relaxante natural caseiro	Documento	13 de abril de 2015 20:19 de Nayara Bernardo
Banana e Cenoura	Documento	6 de abril de 2015 21:10 de Nayara Bernardo
HIDRATAÇÃO - Azeite	Documento	6 de abril de 2015 21:04 de Nayara Bernardo
SHAMPOO DE CEBOLA - COM RÍCINO	Documento	6 de abril de 2015 20:47 de Nayara Bernardo
cachos com meia.png	Imagem	8 de novembro de 2015 13:21 de Marta Jussara
MÁSCARA CAPILAR DE LINHAÇA.doc	Documento	20 de abril de 2014 23:50 de Karine Maia
Tabela Substâncias Proibidas e Liberadas.xlsx	Planilha	8 de setembro de 2013 17:08 de Mariana Melo
rosi sulfatos fortes 2.docx	Documento	10 de dezembro de 2016 17:10 de Rosimeire de Freitas
Transição Capilar Sem Química.pdf	PDF	28 de julho de 2014 15:29 de Ana Silva
Tecnicas para fazer mega hair.pdf	PDF	19 de maio de 2014 07:19 de Cleide Rosas
LEITE NUTRITIVO DE AMENDOAS E SEMENT...	Documento	6 de fevereiro de 2014 13:25 de Carina Muniz
bell hooks - Alisando nosso cabelo.pdf	PDF	30 de agosto de 2013 23:13 de Mayana Hellen Nunes

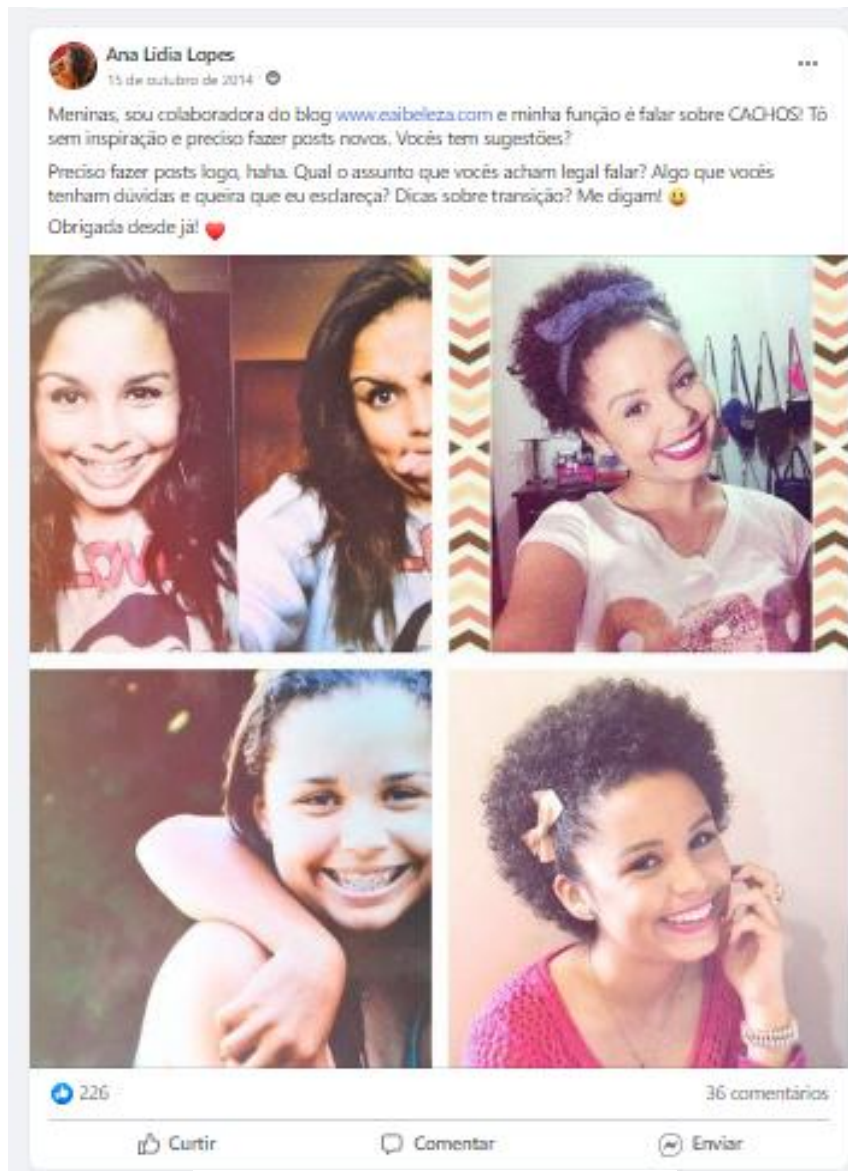
Fonte: Facebook.

Além dessas informações, encontrei nesse grupo um espaço coletivo de apoio mútuo, do qual faziam parte outras mulheres<sup>25</sup> que estavam passando pelo mesmo processo que eu. Através das postagens na página, percebia que era, sim, possível voltar a ter o cabelo naturalmente bonito.

<sup>25</sup> Muitas mulheres que começaram neste período a produzir conteúdos em *blogs* e no *YouTube* hoje possuem visibilidade na internet sendo embaixadores de campanhas de produtos capilares, como Ana Lídia, Gil Viana e Rayza Nicácio, dentre outras.

Esses movimentos, tiveram como protagonistas jovens negras de todo o Brasil, que construíram um outro tipo de política, que consegue falar de forma mais direta a muitas outras jovens negras, que aos poucos aceitavam o desafio de iniciar o processo de transição capilar e assumirem seus cabelos crespos (Gomes, 2007, p.18).

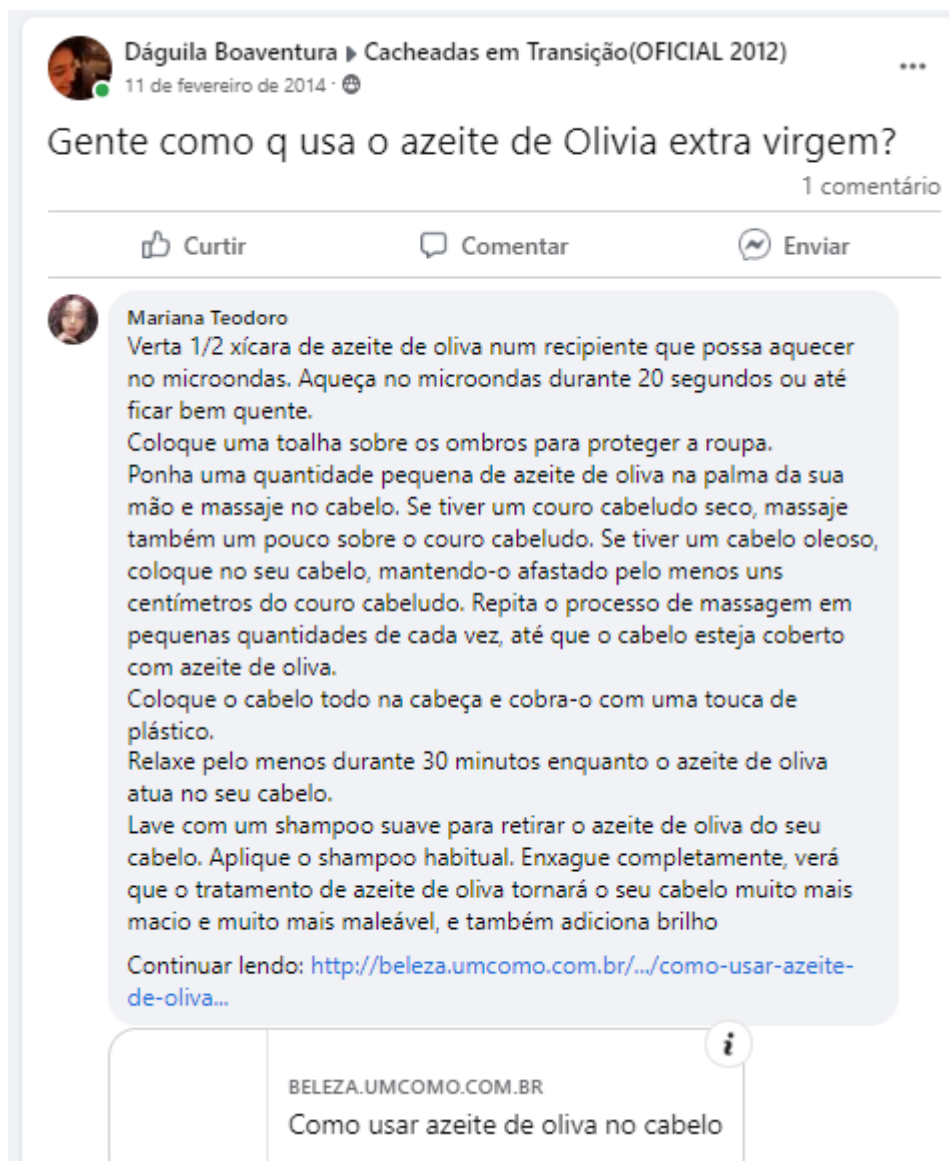
Figura 17: Print da postagem da influenciadora capilar digital Ana Lídia Lopes.



Fonte: Facebook.

Acompanhava mulheres que tinham a textura do cabelo semelhante à minha, postava as minhas dúvidas e interagia e socializava com as participantes no grupo. No período entre 2014 e 2017, poucas eram as opções de produtos voltados para os cabelos crespos e cacheados, sendo bastante comum a solicitação de opinião sobre um determinado produto.




Figura 18: Print da postagem publicada por mim no ano de 2014.




Dáguila Boaventura ▸ Cacheadas em Transição(OFICIAL 2012) 11 de fevereiro de 2014 · 🌐

### Gente como q usa o azeite de Olivia extra virgem?

1 comentário

 Curtir  Comentar  Enviar

 Mariana Teodoro

Verta 1/2 xícara de azeite de oliva num recipiente que possa aquecer no microondas. Aqueça no microondas durante 20 segundos ou até ficar bem quente.

Coloque uma toalha sobre os ombros para proteger a roupa.


Ponha uma quantidade pequena de azeite de oliva na palma da sua mão e massage no cabelo. Se tiver um couro cabeludo seco, massage também um pouco sobre o couro cabeludo. Se tiver um cabelo oleoso, coloque no seu cabelo, mantendo-o afastado pelo menos uns centímetros do couro cabeludo. Repita o processo de massagem em pequenas quantidades de cada vez, até que o cabelo esteja coberto com azeite de oliva.

Coloque o cabelo todo na cabeça e cobre-o com uma touca de plástico.

Relaxe pelo menos durante 30 minutos enquanto o azeite de oliva atua no seu cabelo.

Lave com um shampoo suave para retirar o azeite de oliva do seu cabelo. Aplique o shampoo habitual. Enxague completamente, verá que o tratamento de azeite de oliva tornará o seu cabelo muito mais macio e muito mais maleável, e também adiciona brilho

Continuar lendo: <http://beleza.umcomo.com.br/.../como-usar-azeite-de-oliva...>

 BELEZA.UMCOMO.COM.BR  
Como usar azeite de oliva no cabelo

Fonte: *Facebook*.

Figura 19: Prints da minha interação em uma postagem de uma participante.

**Publicação de Janaina**

Você e outras 12 pessoas

**Curtir** Comentar

**Janaina Cristina**  
31 de dezembro de 2014 · 🌐

Meninas comprei esse creme da capicilin, vc ja usaram é bom? Ate agora do u adoro, mas na loja nao tinha ai trouxe esse pra experimentar.



Você e outras 12 pessoas

**Curtir** Comentar

**Livia Araujo**  
Li redutor, pulei o produto! hahaha

**Curtir** 8 a

**Dáguila Boaventura**  
Muito bom!!

**Curtir** 8 a

**Sheila Oliveira**  
eu uso 1º um creme de pentear q gosto e finalizo com ele



**Curtir** 8 a

**Beatriz Alves**  
Não reduz se você souber usar, usei ontem ficou lindo, meu day after ho, A Gill Viana fez um vídeo finalizando com ele. Eu faço fitagem com ele e pentear, amo o resultado ! O problema é esse marketing que relaxa e re

**Curtir** 8 a

**Sheila Oliveira**  
é isso Beatriz Alves faço assim tb e tenho volume garantido!!!

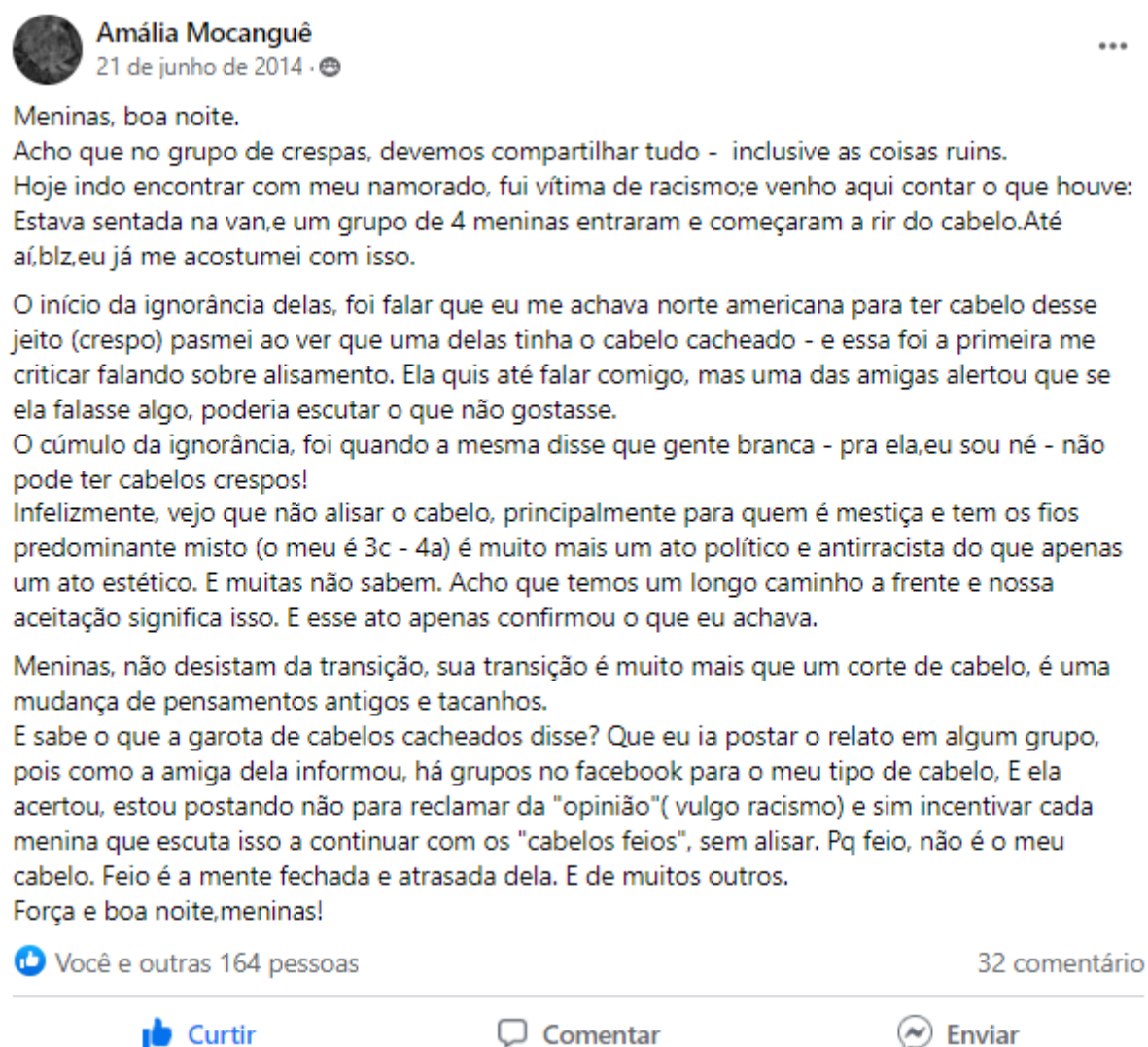
**Curtir** 8 a

Comente...

Fonte: Facebook.

As discussões políticas e identitárias sobre a questão racial também foram pontos de debates no grupo, uma postagem me chamou bastante a atenção dado as muitas questões suscitadas em uma situação de racismo, relatada pela participante.

Figura 20: Print da postagem de uma participante do grupo.



**Amália Mocanguê**  
21 de junho de 2014 · 🌐

Meninas, boa noite.  
Acho que no grupo de crespas, devemos compartilhar tudo - inclusive as coisas ruins.  
Hoje indo encontrar com meu namorado, fui vítima de racismo;e venho aqui contar o que houve:  
Estava sentada na van,e um grupo de 4 meninas entraram e começaram a rir do cabelo.Até  
aí,blz,eu já me acostumei com isso.

O início da ignorância delas, foi falar que eu me achava norte americana para ter cabelo desse  
jeito (crespo) pasmei ao ver que uma delas tinha o cabelo cacheado - e essa foi a primeira me  
criticar falando sobre alisamento. Ela quis até falar comigo, mas uma das amigas alertou que se  
ela falasse algo, poderia escutar o que não gostasse.

O cúmulo da ignorância, foi quando a mesma disse que gente branca - pra ela,eu sou né - não  
pode ter cabelos crespos!

Infelizmente, vejo que não alisar o cabelo, principalmente para quem é mestiça e tem os fios  
predominante misto (o meu é 3c - 4a) é muito mais um ato político e antirracista do que apenas  
um ato estético. E muitas não sabem. Acho que temos um longo caminho a frente e nossa  
aceitação significa isso. E esse ato apenas confirmou o que eu achava.

Meninas, não desistam da transição, sua transição é muito mais que um corte de cabelo, é uma  
mudança de pensamentos antigos e tacanhos.

E sabe o que a garota de cabelos cacheados disse? Que eu ia postar o relato em algum grupo,  
pois como a amiga dela informou, há grupos no facebook para o meu tipo de cabelo. E ela  
acertou, estou postando não para reclamar da "opinião"( vulgo racismo) e sim incentivar cada  
menina que escuta isso a continuar com os "cabelos feios", sem alisar. Pq feio, não é o meu  
cabelo. Feio é a mente fechada e atrasada dela. E de muitos outros.

Força e boa noite,meninas!

👍 Você e outras 164 pessoas 32 comentário

👍 Curtir      💬 Comentar      📧 Enviar

Fonte: *Facebook*.

Para Nilma Lino Gomes (2005), a construção da identidade negra possui dimensões pessoais e sociais que não podem ser separadas, pois estão interligadas e se constroem na vida social. Reconhecer-se numa identidade supõe, portanto, responder afirmativamente a uma interpelação e estabelecer um sentido de pertencimento a um grupo social de referência. O posicionamento e a interpretação da participante frente a essa situação vivenciada, além de trazer questões complexas específicas da sociedade brasileira, como a miscigenação e o racismo, evidencia que o processo de transição capilar feito por mulheres negras é muito mais do que uma mudança de estilo de cabelo, trata-se do reconhecimento e autoconsciência da negritude.

No plano da política, negritude serve de subsídio para a ação dos movimentos negros organizados. No campo da ideologia, a negritude aparece como processo de aquisição de uma consciência racial. Na esfera da cultura, negritude é a tendência de valorização da manifestação cultural de matriz africana (Nascimento *apud* Gomes, 2005, p.15).

Em consonância com Camargo e Medeiros (2019), vale observar que o fenômeno da transição capilar é um dos reflexos da histórica atuação política do Movimento Negro na contemporaneidade, mas também está relacionado com as problemáticas específicas desse período como a questão da publicidade, consumo e as mídias digitais, que serão discutidas nos próximos capítulos.

## CAPÍTULO 2

### MEMÓRIAS, SABERES E TÉCNICAS DE CUIDADO COM OS CABELOS DE MULHERES NEGRAS

#### DISCUTINDO O CONCEITO DE MÉMORIA

O conceito de memória tem sido objeto de exploração para explicar os acontecimentos coletivos da sociedade, em uma perspectiva que correlaciona presente e passado, sendo suas fontes múltiplas em termos de análise. Levando em consideração a discussão sobre a organização coletiva de mulheres negras em torno do cabelo já levantada no capítulo anterior, pretendo apresentar agora como o conceito de “*memórias coletivas*” de Maurice Halbwachs (1950) colabora com o entendimento de que nossas memórias individuais estão intimamente ligadas a uma memória que é passada de uma pessoa para outra e se movimenta para muitos lugares.

Segundo o autor, há uma confrontação entre memória coletiva e individual:

Quando fazemos um apelo aos testemunhos para fortalecer ou debilitar, mas também para completar, o que sabemos de um evento do qual já estamos informados de alguma forma, embora muitas circunstâncias nos pareçam obscuras. Ora, a primeira testemunha, à qual podemos sempre apelar, é a nós próprios (Halbwachs, 1950, p.25).

A combinação entre os dois tipos de memória é complexa. Porém, a estreita relação entre elas se torna mais compreensível quando entendemos sua base comum, a saber, a lembrança.

Mas nossas lembranças permanecem coletivas, e elas nos são lembradas pelos outros, mesmo que se trate de acontecimentos nos quais só nós estivemos envolvidos, e com objetos que só nós vimos. É porque, em realidade, nunca estamos sós. Não é necessário que outros homens estejam lá, que se distingam materialmente de nós: porque temos sempre conosco e em nós uma quantidade de pessoas que não se confundem (Halbwachs, 1950, p.34).

A nossa memória individual se funde com a dos outros quando, entre uma recordação e outra, passam a existir pontos que se encontram, fazendo com que a lembrança que nós recordamos seja reconstruída sobre um fundamento comum. São dois atalhos para o mesmo caminho, isto é, para se chegar à memória comum, “pontos de vista que se complementam” com fatos do passado e do presente.

A lembrança é em larga medida uma reconstrução do passado com a ajuda de dados emprestados do presente, e além disso, preparada por outras reconstruções feitas em épocas anteriores e de onde a imagem de outrora manifestou-se já bem alterada (Halbwachs, 1950, p.72)

Na obra *Memória e Sociedade: lembrança de velhos*, Ecléa Bosi (1994) traz algumas considerações sobre os conceitos de *memória* e *lembrança* que complementam as reflexões até aqui apresentadas:

A lembrança possui um caráter livre e espontâneo, quase onírico da memória. Na maior parte das vezes, lembrar não é reviver, mas refazer, reconstruir, repensar, com imagens e ideias de hoje, as experiências do passado. A lembrança é uma imagem reconstruída pelos materiais que estão agora, a nossa disposição, no conjunto de representações que povoam nossa consciência atual (Bosi, 1950, p.55).

A memória e a lembrança desempenham uma função social, que se operacionaliza pela linguagem oral, escrita e imagética. A linguagem tem o poder de reduzir, unificar e aproximar dados coletivos no mesmo espaço histórico e cultural. Nesse aspecto, ao trazer a importância da lembrança das pessoas mais velhas para a discussão de memória coletiva, Bosi (1994) acrescenta uma nova dimensão para o arcabouço conceitual de *memória*, dadas as características que são intrínsecas a esse tipo de memória.

(...) nelas é possível verificar uma história social bem desenvolvida: elas já atravessaram um determinado tipo de sociedade, com características bem marcadas e conhecidas; elas já viveram quadros de referência familiar e cultural igualmente reconhecíveis (Bosi, 1950, p.60)

Os mais velhos dominam a arte da narrativa. Seu veio (Não entendi!) épico é a oralidade. As suas memórias desenham um pano de fundo mais bem definido que a memória de uma pessoa mais jovem, por exemplo, considerando que o jovem está de algum modo, mesmo que inconsciente, absorvido nas contradições de um presente que o solicitam muito mais do que a uma pessoa com mais idade.

As contribuições dos dois autores são valiosas para a Antropologia: Halbwachs (1950), ao demonstrar que a memória individual é muito importante para a construção da memória coletiva; e Bosi (1950), ao apresentar a lembrança dos mais velhos como uma fonte narrativa para validar as questões do presente.

Nesse trabalho, apresentamos o imbricamento de memórias comuns a mulheres negras no cuidado e tratamento de seus cabelos. Isso demandou uma

perspectiva que considerasse a vivência de mulheres negras localizadas em várias partes do mundo. A obra *Becos da memória*, de Conceição Evaristo (2013), serviu de inspiração para construir as narrativas que dão corpo à escrita e à teoria presentes nesse texto. A produção literária da autora é marcada por um posicionamento que privilegia não somente a sua vivência, mas também as vivências de mulheres negras na sociedade brasileira. Busquei construir, aqui, uma narrativa que passa por memórias de mulheres africanas da província de Lubango, em Angola; de mulheres quilombolas de Goiás e Tocantins; de mulheres maranhenses quebradeiras de coco; de mulheres afro-diáspóricas que, ao contarem as histórias de cuidado com o cabelo, relembram como suas ascendências inter-raciais afetaram seus processos de percepção da negritude.<sup>26</sup>

As primeiras aproximações com o livro *Becos da memória* dizem respeito à similaridade com a personagem principal, *Maria Nova*. A semelhança é comigo: sou a mais nova entre as minhas interlocutoras, tendo apenas 26 anos. Apesar da diferença de vivências e experiências entre minhas interlocutoras e eu, procuro aqui, com muito respeito e reverência às que vieram antes de mim, ser porta-voz das histórias que estavam guardadas na memória das minhas interlocutoras. As narrativas são entrelaçadas por vozes de mulheres negras de diversas gerações, lugares, idades, tonalidades de pele negra, texturas de cabelo, escolaridades; diferenças que se conectam pelas semelhanças na vivência do cuidado com o cabelo.

Grada Kilomba (2019), em seu livro *Memórias da plantação: episódios de racismo cotidiano*<sup>27</sup>, descreve a atemporalidade do racismo através de relatos que, em um primeiro momento, parecem ser estritamente subjetivos. Mas a semelhança das situações expostas pela autora desvelam a reencenação de um passado colonial que gerou uma realidade vivenciada por muitas mulheres negras, tornando evidente aspectos de uma memória coletiva traumática que tem sido camuflada e negligenciada pelo racismo na sociedade.

---

<sup>26</sup> Uma das mulheres afro-diaspóricas que compõe o grupo de sujeitos de pesquisa da dissertação é filha de mãe branca italiana e pai negro retinto, e demonstrou que essa ascendência influenciou sua percepção de sua negritude.

<sup>27</sup> A obra levanta muitas outras questões que, em decorrência do contexto de crise pandêmica da COVID-19, optei por não explorar. Isso porque lidaria com o risco de ter contato com gatilhos emocionais, os quais são desencadeados ao explorar situações que envolvem o racismo direcionado a mulheres negras em relação aos seus cabelos.

A temática do cabelo é debatida no capítulo 6 de *Memórias da plantação*, intitulado *Políticas do cabelo*, que dá sequência à discussão, levantada pela autora, sobre quem é diferente de quem.

“Os” que tocam o cabelo de Alicia (p.121).

“A mãe” branca de Alice, que é incapaz de escutar as palavras de sua filha. Essas palavras não dizem respeito ao seu mundo, mas a uma faceta do mundo de Alice, que é racista e agressivo com os corpos das mulheres negras (p.122).

“Aqueles” que têm fantasias sobre como as mulheres negras lavam e penteiam seus cabelos (p.124).

“O namorado branco” de Alice, que não reconhece beleza em seu cabelo natural, a funcionalidade do uso da manteiga de coco para o cabelo crespo, violentando-a através de uma metamorfose imediata de pessoa em animal: “Você parece uma ovelha. (p.128).

Acrescento, também, as figuras do leão e do macaco, muitas vezes utilizadas para efeito de comparação direcionada aos cabelos e à tonalidade escura de pele das pessoas negras. Trata-se de um simbolismo racista que procura desqualificar e hierarquizar atributos físicos usualmente observados em corpos negros apontando uma similaridade falaciosa com caracteres animais – os quais, vale dizer, são também desqualificados.

A autora apresentou essas situações ao longo do capítulo, evidenciando como o cabelo é politizado em uma estrutura colonial permeada por pessoas brancas, que determinaram quais seriam as normas do que é bonito, bom e esteticamente aceitável. Ao problematizar essas e outras questões, a autora desmonta, de modo incisivo, a perspectiva universal de quem é o “Outro” despossuído de alteridade.

Assim, a estética capilar é uma das formas pelas quais a alteridade racial foi construída e naturalizada. O cabelo é um marcador social da diferença, por mobilizar classificações e hierarquias, de modo que, quando mulheres e homens negros começam a escrever sobre si, essa escrita se torna uma potente arma de descolonização do conhecimento. Trata-se de uma estratégia fundamental para mulheres africanas e afro-diaspóricas na desconstrução de suas posições subalternas dentro da academia — posições que refletem um corpo historicamente violentado, explorado e silenciado e que, ao falar, dá voz às experiências coletivas.

Como diz Conceição Evaristo (2018), é necessário forçarmos a passagem: as mulheres negras estão mobilizadas desde sempre, mas esse protagonismo não

era apontado, nem reconhecido. Se eu conto a história, por exemplo, de minha mãe, de minha tia e de outras mulheres negras que me antecederam, você, leitor/a, verá que essas mulheres sempre se posicionaram em seus espaços de vida, de uma forma ou de outra. O que conquistamos não foi porque a sociedade resolveu nos “abrir a porta”; foi porque realmente forçamos a passagem.

## CONHECIMENTOS ANCESTRAIS E MEMÓRIAS DE MULHERES NEGRAS SOBRE O CABELO CRESPO

O corpo é igualmente memória:

(...) do olhar cuidadoso para a pele escura, no toque suave no cabelo enrolado ou crespo, no movimento corporal que muitos antepassados fizeram no trabalho, na arte, na vida. Um golpe de cabeça, um jeito de corpo para escapar dos estereótipos, dos preconceitos e do racismo explícito. Um jeito de corpo para entrar nos lugares onde negros não entram ou ainda são minoria desigual. (Nascimento *apud* Ratts, 2007, p.68)

Foi lembrando dessa reflexão de Beatriz Nascimento que eu, já adulta, vivenciando o meu próprio processo de transição capilar, me deparei com poucas opções de cosméticos para o cuidado do meu cabelo crespo. Buscando na internet informações sobre o cuidado com esse tipo de cabelo, encontrei, em *blogs*, canais do *YouTube* e grupos fechados do *Facebook*, tratamentos com produtos naturais, tais como a babosa, azeite de oliva, gelatina sem sabor, maionese, ovo, mel e muitos outros ingredientes. Lembrei-me dos esforços da minha mãe, que durante minha infância utilizava óleos caseiros para trançar o meu cabelo e o das minhas irmãs, esperando que escapássemos um pouco do racismo explícito no cotidiano escolar, que nos colocava no campo do “negro descabelado”.

Recordei das minhas irmãs mais velhas, que, aos sábados, colhiam babosa, no quintal de casa, e misturavam no creme *Kanechom*.<sup>28</sup> Às vezes

<sup>28</sup> Em 09 de novembro de 2014, a página do *Facebook* “Kanechom Brasil”, fez um post com a imagem do creme Kanechom, com a seguinte legenda: *Cheirinho de frutas e de muitas recordações. O creme Coquetel de Frutas da Kanechom, que hoje se chama Mix Fruit, já foi um dos mais vendidos do Brasil. Conte sua história pra gente. E quando for hidratar os fios, lembre-se de usar uma espátula para tirar o creme do pote. #seiquesoubonita*. Disponível em: <https://www.facebook.com/photo/?fbid=683563038407503&set=cheirinho-de-frutas-e-de-muitas-recorda%C3%A7%C3%B5es-o-creme-coquetel-de-frutas-da-kanech>. Realmente, esse creme era bastante popular nas casas de muitas brasileiras, pela relação entre custo e benefício (ele poderia ser

colocavam abacate maduro, às vezes ovo, e, em outro momento, o óleo de coco. Tudo isso potencializava a hidratação no cabelo, pois aquele grande pote de creme deveria ser utilizado por todas da casa. Quando usávamos o cabelo solto, ou um penteado mais elaborado para ir em alguma festa da escola, ou mesmo à igreja aos domingos, antes de usarmos o creme, passávamos uma mistura de gelatina sem sabor, para segurar o volume do cabelo e manter o penteado.

Eu não queria mais alisar o cabelo, mas tinha poucas lembranças do meu cabelo natural, se tinha cachos, e se balançavam. A única memória que tinha era de ser volumoso. Minhas referências de cabelos crespos bonitos foram encontradas no ambiente universitário. Nos congressos científicos dos quais eu frequentemente participava, avistava de longe as mulheres negras com seus cabelos naturais, cheios de volume e liberdade.

Eu não sabia trançar, como minha mãe. Também não tinha as mesmas habilidades de penteados da minha irmã mais velha – que tem hoje um salão de beleza. Não possuía o olhar apurado como minha outra irmã, que sempre sabia o ponto certo de retirar do fogo a gelatina sem sabor. Por ser a mais nova, eu fui cuidada

Figura 21: Imagem do creme Kanechom.



Fonte: Google Imagens.

---

usado como máscara de hidratação, condicionador e creme de pentear; além disso, mesmo atualmente ele custa menos de R\$ 10).

pelas mulheres mais velhas da casa. Não aprimorei a técnica de extração de óleos, não sabia o ponto certo de retirar fogo para que não engrossasse demais. Não aprofundei a arte das tranças – sei apenas executar as de três pontas –, e não fazia ideia de que a gelatina tinha outras funcionalidades além de segurar o penteado.

Será que o meu cabelo se parecia com o de Janira SOBRENOME, que palestrou na faculdade? Para descobrir isso, eu teria que aprender a cuidar do meu cabelo. Naquele momento, não tinham muitas opções de cremes para cabelos cacheados e crespos. Eu pensava que não tínhamos muitos produtos em casa por não termos dinheiro para comprar, mas, ao procurar no mercado e em lojas especializadas em cosméticos, descobri que as opções eram realmente restritas.

O caminho seria reassumir a negritude pelo resgate das técnicas e artes relacionadas com o corpo a partir do repertório das artes corporais africanas, não apenas no sentido de uma continuidade, mas também no sentido de uma operação de decodificação/recodificação e reinterpretação no universo da diáspora africana. (GOMES, 2008, p.23).

Figura 22: Cronograma capilar caseiro.



Fonte: Página do Facebook Cacheadas e Crespas em Transição – 2012.

Passei a fazer uso de técnicas de tratamento que estavam sendo difundidas nas plataformas digitais, como o cronograma capilar caseiro (Figura 2)<sup>29</sup>, que serve para devolver saúde para os fios capilares, ajudando no crescimento. O que eu estava vendo se relacionava com os ensinamentos que havia tido no âmbito familiar. Para verificar a funcionalidade desses tratamentos, passei a acompanhar algumas meninas que tinham o cabelo parecido com o meu, bem como as receitas caseiras que elas implementavam nas suas rotinas de cuidado com o cabelo. Tais receitas funcionavam, e, com o passar dos meses, eu via o meu cabelo crescendo com uma aparência saudável e bonita.

Lembro-me de intercalar esses ingredientes na minha rotina de cuidados com o cabelo. Verificava semanalmente o ingrediente disponível em casa e o colocava no creme de hidratação. Minha mãe me dava dicas, mas, em outras ocasiões, se irritava com a minha intromissão em sua cozinha, como quando eu procurava por ingredientes. Apesar disso, algumas vezes me ajudava e até fazia uso de minhas misturas no cabelo dela também. Segundo Nilma Lino Gomes (2008), o comportamento cultural de manipular e pentear o cabelo com a ajuda de elementos encontrados na natureza ou produzidos pelo homem continua sendo uma constante nos hábitos de beleza e higiene, bem como nos costumes dos negros e das negras na atualidade. Ela mesma traz algumas memórias sobre isso ao relatar que

(...) lembro-me da minha mãe cozinhando pedaços de toucinho juntamente com folhas de hortelã, depois de bem cozida, a mistura era colocada dentro de um pano para ser coado. A gordura que saía era deixada em repouso para esfriar e depois colocada dentro de uma lata. Ela era aplicada no meu cabelo e da minha irmã antes de penteá-los. A gordura empapada no cabelo tornava-o mais macio e fácil de desembaraçar. Minha mãe dizia para nós que essa mistura possibilitaria o bom crescimento dos cabelos. Ao perguntar a minha mãe como ela tomou conhecimento da “técnica do toucinho”, ela me disse: “Aprendi com a minha mãe que fazia no meu cabelo e ela aprendeu com a mãe dela, sua bisavó! (Gomes, 2008, p. 432-433).

Na frase “aprendi com a minha mãe, que aprendeu com a mãe dela”, podemos perceber um ensinamento que foi continuado e não permaneceu estático. Que se movimentou, levando esses saberes para muitos outros lugares, descrevendo uma prática cultural e histórica de todo um grupo étnico/racial. Dona Maria Madalena,

---

<sup>29</sup> Retirei essa imagem de uma conversa no *Messenger*, ferramenta do *Facebook*. Havia enviado a imagem para uma amiga que também estava passando pelo processo de transição capilar, e queria receitas de tratamento capilar.

do Quilombo *Vó Rita*, no interior de Goiás, também trouxe a mesma lembrança de Nilma, quando perguntei a ela sobre como cuidava de seu cabelo e do de suas filhas:

Eu passava banha de porco. A minha mãe matava o porco, aí ela tirava aquela banha que é perto da tripa do porco, né? Aí ela tirava aquela banha ali dentro e fritava, aí depois que ela fritava, ela tirava aquele torresmo, né? Escorria, aí pegava e misturava com a babosa e passava no cabelo. A minha mãe fazia, eu aprendi com a minha mãe e passava no meu cabelo e das minhas meninas. (Dona Maria Madalena, 64 anos).

O uso da banha de porco na rotina de cuidado com o cabelo também aparece na fala de uma outra interlocutora dessa pesquisa, Maria das Neves, que é descendente quilombola de Lajeado, na região do Norte do Tocantins:

Eu lembro que a minha mãe usava um óleo, óleo de porco pra trançar, a banha mesmo, com o creme, ela comprava um creme, o Kolene<sup>30</sup>. (Maria da Neves, 35 anos)

A *banha*, gordura retirada de animais, tem muitas funcionalidades para as famílias negras, seja para fazer sabão, petiscar, passar no cabelo ou hidratar a pele. Dona Celina é angolana e recorda que aprendeu com sua mãe a extrair o óleo de galinha<sup>31</sup> para trançar e hidratar o cabelo:

Tem um óleo que eu usava muito quando era criança que era o óleo da gordura da galinha, minha mãe fazia, eu aprendi a fazer e fazia para mim, mas deixei de fazer depois dos anos 90, começou aparecer produtos para o cabelo, mais o óleo de galinha, minha mãe usou, eu usei em mim e nas minhas filhas. (Dona Celina, 52 anos).

No que diz respeito ao embelezamento da negritude, Liporacci & Simão (2013) pontuam que as mulheres são as principais entendedoras da utilização das plantas medicinais, seja em núcleos urbanos, seja em comunidades rurais. Isso porque as mulheres negras sabem que essas plantas podem ser usadas para muitas coisas, a exemplo da atenção primária à saúde, já que possuem ação terapêutica contra gripe, azia, resfriado, dor de garganta, dentre outras patologias e sintomas.

---

<sup>30</sup> O Kolene é um creme com uma cor amarelinha que é vendido até hoje, em mercados, farmácias e casas de cosméticos para conferir a imagem do produto acesse o site da marca. Disponível em: <https://www.kolene.com.br/>.

<sup>31</sup> Em 2019, foi publicado um artigo produzido por um professor de farmácia e uma estudante atestando a potencialidade cosmética do óleo de galinha. Disponível em: <https://online.unisc.br/seer/index.php/jovenspesquisadores/article/view/13417>.

Outro aspecto importante é o domínio do conhecimento sobre as espécies mais encontradas nos quintais, que são de fácil manejo e acessíveis para todas. Considerando tal questão, discutiremos a prática do uso da babosa, folhas de chá, abacate e outros frutos no tratamento dos cabelos de mulheres negras.

A minha mãe nunca foi de fazer nela mesmo, mas a gente sempre escutava falar, fazer hidratação com babosa é bom, com o abacate, fazer isso, fazer aquilo e eu achei legal começar a usar. Então eu comecei a usar o que eu tinha lá, porque eu não tinha produto disponível e eu falei: “então eu vou usar, vou fazer receita caseira com babosa, com abacate e comecei a pesquisar sobre o que funcionava e o que que não funcionava”. (Diana Sanzione, 38 anos).

Diana Sanzione relembra que aprendeu sobre os benefícios da babosa e do abacate com sua mãe; e que, por não encontrar na Argentina produtos especializados, recorreu às receitas caseiras. A sabedoria do cuidado com os cabelos decorre de vivências e memórias de longa data, transmitidas de gerações ancestrais para as novas gerações.

Walkiria de Barros, gestora de beleza, conta que os produtos naturais eram assiduamente usados em seus períodos de infância e adolescência:

A gente não tinha produto nenhum então a gente usava muito produto natural. O abacate, a babosa, o ovo, azeite de oliva e alguns óleos, chás. (Walkiria de Barros, 49 anos).

Dona Maria Madalena utiliza, ainda atualmente, folhas de chá para lavar e limpar tanto o seu cabelo, como o de suas netas.

Tenho o alecrim plantando, ele é bom para não cair o cabelo e não deixar embranquecer. Tem que fazer o chá e lavar o cabelo, você pega um punhado, dando uma colher, né? Aí você deixa a água ferver, aí você põe o alecrim aí quando ele esfriar, para lavar o cabelo, aí você enxágua e deixa no cabelo. Meu cabelo fica macio e não arreventa. Uso também folhas de algodão, limão e banana para tratar a caspa e chá da folha de goiaba para crescer. (Dona Maria Madalena, 64 anos).

Dona Celina relembra que, quando era criança, sua mãe usava folhas naturais na lavagem do seu cabelo, mas que, atualmente, utiliza apenas a *Aloe-vera* (popularmente conhecida como *babosa*).

Ela usava folhas, que tirava mesmo da mata, folhas que escorregavam. Ela pisava muito bem, depois de pisar, passava no meu cabelo. Eram folhas mesmo de chá natural, isso encontrava assim mesmo nas matas. Outro produto que a gente lavava o cabelo aqui chamamos de Aloe, que na minha

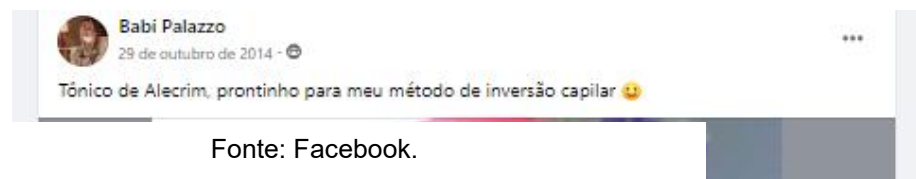




Figura 24: Folhas de goiaba apresentadas junto da receita.

É evidente o diálogo entre as mulheres negras no compartilhamento de receitas de cuidados com o cabelo. Cida Bento (2022) reafirma que trabalhar o território da memória é muito mais que se recordar sobre algo, é uma construção simbólica por um coletivo que revela e atribui valores à experiência passada, reforçando os vínculos da comunidade.

O tempo e o afeto estão fortemente ligados ao ritual de cuidar dos cabelos, o que comumente é uma tarefa doméstica atribuída às mais velhas, zeladoras do universo negro feminino e materno. Janira Sodré, ativista do movimento negro de base acadêmica, assim como Marta Quintiliano e Maria das Neves, apresenta lembranças sobre a feitura do azeite de mamona no âmbito familiar:



Fonte: Facebook.

Figura 25: Print da postagem sobre a receita do tônico de alecrim, utilizado em método de inversão capilar.



Minha vó ela era produtora de azeite de mamona que era um azeite usado assim pela minha família para o cabelo, então tinha variadas formas do uso do azeite de mamona, mas ele hidratava e facilitava o pentear. (Janira Sodré 50 anos)

O azeite de mamona era um dos produtos que a gente usava muito, a minha mãe fabricava o azeite da mamona. (Maria das Neves, 35 anos)

Eu acho que eu tenho lembrança mais ou menos dos cinco seis anos, que minha mãe e minha vó usavam óleo de mamona, ela fazia esse óleo, mas a lembrança de como fazia eu não lembro, hoje infelizmente não acho mais esse óleo aqui na comunidade (Marta Quintiliano, 39 anos).

Os diálogos entre as interlocutoras atestam uma complexa técnica e aprendizado geracional em torno da extração e coleta do óleo de mamona, também conhecido em farmácias e supermercados como óleo de rícino. Durante a realização do meu estágio-docência, uma discente da comunidade quilombola dos Kalunga em Cavalcanti-GO<sup>33</sup> compartilhou algumas informações sobre a técnica tradicional de produção do óleo de mamona:

A minha tia fabrica e vende nas feiras. Eu já vi ela fazendo e é comum as mulheres participarem desse processo. Primeiro, que vai um monte de gente para a mata, várias mulheres, né? Tia, prima, irmã, vó. Aí assim as maiorzinhas elas vai pegando a mamona do chão né? Outras vão separando as mamona pra deixar no sol assim pra dar uma secada, e aí depois as outras vai fazendo esse processo de separação. Depois vão pro pilão, pilar essa mamona, depois vai pro fogo. Ai a hora que ficava branca assim, é que já tava no ponto, né? Aí depois disso, coava no pano e depois coloca nos litros né? (Interlocutora -NOME, 38 anos).

A pandemia da COVID-19 dificultou a realização de pesquisa de campo com comunidades quilombolas. Isso restringiu a obtenção de informações às entrevistas realizadas através do Google Meet.<sup>34</sup> Dona Maria Madalena, dentre as outras entrevistadas, relembrou com detalhes o modo como sua mãe fazia o azeite de mamona. Pontuou também que, por trabalhar desde mais nova, não tinha muito tempo de ajudar a mãe na produção do óleo:

Então a minha mãe mandava nós pegar os cachos e punha em cima de um lençol, aí elas no sol iam estourando os cachos, ia saindo as mamonas, depois íamos catando as mamonas, aí trazia e limpava ela, socava no pilão a mamona depois punha ela pra cozinhar, aí minha mãe punha no tacho e

<sup>33</sup> No site Guia Alto Paraíso, tem uma matéria específica sobre os tipos de óleos que são produzidos por mulheres kalungas e são vendidos nas feiras. Disponível em: <https://www.guiaaltoparaiso.com.br/post/m%C3%A3es-de-%C3%B3leos-marca-de-%C3%B3leos-naturais-produzidos-por-mulheres-kalungas>.

<sup>34</sup> É um serviço de comunicação por vídeo desenvolvido pelo Google, que disponibiliza na versão gratuita uma hora de vídeo chamada.

colocava água pra ferver. Ela colocava aquela massa da panela de ferro, e ia tirando na medida em que ia soltando da panela pra secar, soltava aquela espuma aí minha mãe ia tirando da panela pra fritar pra fazer o azeite. Aí tirava o óleo, coava passava no pano, aí depois que ela ficava fria, que ela é muito quente, passava pro vidro (Dona Maria Madalena, 64 anos).

O relato de ambas evoca a célebre discussão que Marcel Mauss (1998) faz sobre técnicas do corpo. Considero que os relatos de minhas interlocutoras tocam em aspectos importantes daquilo que Mauss chama de “ato tradicional eficaz”, tendo em vista o caráter histórico de aprendizado e transmissão desses saberes *sobre* o corpo e *para* o corpo:

Chamo de técnica um ato tradicional eficaz. Ele precisa ser tradicional e eficaz. Não há técnica e não há transmissão se não houver tradição. Eis em quê o homem se distingue antes de tudo dos animais: pela transmissão de suas técnicas e muito provavelmente por sua transmissão oral” (Mauss, 1998, p. 407).

O autor classifica essas técnicas do corpo em quatro categorias: 1) divisão das técnicas do corpo entre os sexos; 2) variação das técnicas do corpo com as idades; 3) rendimento; 4) transmissão das técnicas do corpo. A experiência de extração do óleo de mamona relatada contempla essas categorias e exprime a tradição de uma prática que foi aprendida dentro de uma conjuntura social. Essa prática circulou de geração em geração entre mulheres negras, não somente sua execução técnica, mas o conjunto de recordações e princípios simbólicos que são indissociáveis das operações práticas.

Lélia González (1988), ao analisar a importância política dos movimentos étnicos, postula que foi dentro da comunidade escravizada que se desenvolveram formas político-culturais de resistência que hoje nos permitem continuar uma luta plurissecular de liberação. Quando perguntei à Eufrásia Songa, filha de Dona Celina sobre o uso de produtos naturais no cabelo, respondeu que utilizava um óleo natural produzido por mulheres de uma região vizinha:

Eu faço uso principalmente de um óleo chamado de Monpeque<sup>35</sup> que é um óleo produzido por mulheres mais ali da província do Nanibe as Mocobais e pelo que consta Monpeque na verdade é um fruto e esse fruto é torrado e derretido aí separa essa gordura de outros resquícios, ele é completamente natural e ele dá um brilho assim pro cabelo, dá muita vida ao cabelo. (Eufrásia Songa, 31 anos)

---

<sup>35</sup> A técnica de extração do óleo e mais informações sobre podem ser conferidas em uma matéria do jornal local. Disponível em: <https://www.jornaldeangola.ao/ao/noticias/detalhes.php?id=299848>

Walkiria de Barros relata que, para a composição do seu produto, pensou em uma tecnologia de ponta, em que estivessem presentes óleos e frutos da África.

Eu pensei no que a gente poderia ter de melhor, então a gente tem alguns óleos como macadâmia, karite, murumuru, a babosa. O cabelo precisa de água, aminoácido, precisa de óleo para devolver esses componentes para o cabelo da gente. São óleos que vai devolver o que o meu cabelo precisa, só que para desenvolver isso para o meu cabelo eu preciso dessa tecnologia pra canalizar e ser um condutor. (Walkiria de Barros, 49 anos).

. Além disso, Walkiria Barros explicita em sua fala o que chamamos de movimento *Sankofa* – a possibilidade de voltar atrás, às nossas raízes para poder realizar nosso potencial para avançar. Kabengele Munanga (2009) nos chama a atenção para a relação tripla entre ciência, tecnologia e educação, pois só os seres humanos e as sociedades humanas transformam a natureza, produzem riquezas, inventam ciências e tecnologias.

Só resistimos e sobrevivemos coletivamente no contexto de diáspora. Mulheres negras foram transmitindo pedagogicamente seus conhecimentos, recursos e habilidades umas para as outras, repassando técnicas e criando um local de sustentação no qual a feminilidade negra foi nutrida e sustentada.

## CAPÍTULO

### CABELO BBB: BOM, BONITO E BARATO.

Na contemporaneidade, os processos de resistência à desigualdade racial têm se ampliado, assim como as formas de expressão da *negritude*. Exemplos disso são a publicização de produtos específicos para manutenção capilar de negros e negras; marchas de empoderamento fundamentadas na valorização dos cabelos crespos, bem como outros tipos de encontro igualmente baseados nessa valorização<sup>36</sup>; criação de canais, especialmente na plataforma *Youtube*, contendo dicas e cuidados para manutenção do cabelo. Tudo isso tem fortalecido e consolidado

---

<sup>36</sup> A exemplo do I Encontro de Cacheadas e Crespas, evento realizado por mim em Anápolis, Goiás, e descrito na Introdução.

o desenvolvimento coletivo de uma visão positiva de si por pessoas negras. Em concordância com o que foi dito, Braga complementa:

A partir dessa trama, observa-se a ocorrência de um movimento de publicização, no qual o mercado de cosméticos capilares lança novos produtos, com embalagens que apresentam marcas discursivas que dão pistas de diálogo com tal contexto (Braga, 2020, p.06)

É importante lançar um olhar crítico para esse mercado de cosméticos, pois, de acordo com Figueiredo (2012), houve um tempo em que não se criavam produtos específicos para negros, quando se acreditava que estes não eram consumidores em potencial. O capitalismo não é pura racionalidade. Partindo desse ponto de vista, não podemos ser ingênuos e devemos compreender o investimento massificado de produtos de beleza voltados para os cabelos de mulheres negras como resposta a uma demanda da sociedade.

No ano de 2013, inclusive, a marca *Garnier* lançou uma campanha publicitária chamada *#TrocaReceita*<sup>37</sup>, estrelada por Dani Calabresa, humorista brasileira reconhecida por atuar em programas de comédias na rede televisiva *Globo*. Essa propaganda faz uma crítica às receitas caseiras usualmente difundidas nas plataformas digitais. Alegava-se que tal estratégia de cuidado demandava muito tempo e convidava o público de mulheres adeptas a essas táticas a conhecerem os novos produtos da marca, que teriam manuseio mais prático e resultado superior ao das receitas caseiras.

Figura 26: Sequência de frames e descrição da propaganda *#TrocaReceita*, da Garnier (2013)



<sup>37</sup> Campanha Publicitária *#TrocaReceita*. Disponível em: [https://www.youtube.com/watch?v=ZrKhhl7hVII&ab\\_channel=TrocaReceitas](https://www.youtube.com/watch?v=ZrKhhl7hVII&ab_channel=TrocaReceitas). Acesso em: 20 set. 2022.





619.353 visualizações 2 de set. de 2013

A Dani Calabresa está doida atrás de receitinhas caseiras para vitaminar seus cabelos. Mande a sua receita para <http://www.trocareceita.com.br/>

A Dani tentou uma receita caseira que aparentemente era fácil, mas na prática... quanto trabalho... demorou um tempão e ainda a fez perder a balada. Será que tem receitas mais fáceis e rápidas? [#trocareceita](#)

\*Campanha Publicitária

Fonte: *Youtube*

Ao construir essa propaganda, o tratamento destinado pela marca às receitas caseiras dialoga com a discussão levantada por Adilson Moreira (2019) sobre a branquitude como significante cultural.

Sendo um lugar de poder social, a branquitude engloba propriedades que são importantes para a manutenção da dominação racial. Primeiro, essa identidade racial implica uma forma de percepção racializada da realidade que define a identidade individual das pessoas. (Moreira, 2019, p. 40).

Considero que a marca revela seu posicionamento ao escolher uma mulher branca, magra e loira para atuar em uma propaganda que disseminava críticas a práticas milenares de cuidado manuseadas por mulheres negras. Durante muito tempo, essas características foram consideradas como padrão universal de beleza feminina.

A tentativa colonialista da branquitude de negar as alteridades não-europeias vem aos poucos sendo desmascarada por estudos decoloniais. Estes mostram a resistência e a importância do movimento negro para a desconstrução da desigualdade racial e ressignificação das relações raciais no Brasil, politizando a raça

ou, nos dizeres de Cida Bento (2022), “dando-lhe um trato emancipatório e não inferiorizante”.

Existe uma memória afetiva, há muito tempo explorada pelas marcas de cosméticos, que consiste em enfatizar as composições naturais nos produtos de embelezamento feminino. Elementos como o poder dos óleos, das plantas e das frutas são acionados pelo objetivo estrito de vender produtos. Estes são direcionados para vender produtos para mulheres de todos os tipos de cabelos, t como os cabelos lisos, cacheados e recentemente a inserção da categoria crespos, reconhecida como uma textura capilar, que será melhor aprofundada no próximo capítulo. Eu mesma sempre levo em consideração esses aspectos quando vou comprar um produto. É um ponto positivo para mim se um produto tem babosa na sua composição, pois notei que é bom para o meu cabelo; no entanto, aprendi em cursos e conversando com pessoas da área que isso não é o suficiente. Walkiria de Barros, gestora goiana de beleza, dona da marca *Kira's*, pontuou que: “Não adianta eu ter babosa se eu não tenho a tecnologia de ponta que faça com que o melhor da babosa penetre no fio.” Essa tecnologia de ponta diz respeito aos elementos que fazem parte da composição do produto, que sejam saudáveis não somente para o cabelo, mas também para o meio ambiente. Se um produto tem parabenos e petrolatos<sup>38</sup>, isso significa que não é bom para os cabelos.

Atualmente, possuo um repertório crítico das dinâmicas raciais que me faz questionar o produto para além do *marketing* das marcas de cosméticos, que enfatiza os elementos naturais em sua composição. Para mim, não basta que o produto seja somente barato: ele tem que ser bom para o meu cabelo. Para exemplificar o que está sendo pontuado, trago imagens de vários produtos da marca linha *Garnier Fructis*.

---

<sup>38</sup> Os petrolatos são derivados do petróleo cru, que nos cosméticos especificamente nos produtos para o cabelo, faz com que os cremes fiquem com um aspecto gelatinoso e espumante, dado ao processo de desparafinação (retirada de parafina) de óleos pesados, como é o caso do petróleo.

Figura 27: Imagem dos produtos da linha Garnier Fructis.



Fonte: Mercado Libre Venezuela.

O primeiro creme, de embalagem amarela, apresenta como proposta uma nutrição vitaminada. Trata-se de creme composto por um *shot* de vitamina B6<sup>39</sup>, óleo de coco e maracujá. O segundo creme, o “Apaga danos”, é potencializado pelo complexo de *Keraphyll*, um ativo vegetal que penetra na fibra capilar, e pelo óleo de *Amla*<sup>40</sup>, que é extraído de uma fruta indiana. O terceiro creme é voltado para cabelos cacheados, intitulado segundo os conceitos de *controle* e *definição*, é composto por proteínas<sup>41</sup> e óleo de coco. O quarto creme promete uma reparação capilar através do óleo de coco<sup>42</sup>. O quinto creme garante um brilho vitaminado por meio de um *shot*

<sup>39</sup> Através do curso formativo Crespura Beleza Negra sem Química, tive a oportunidade de aprender sobre composição química, que está presente em muitos cosméticos. A vitamina B6, também conhecida como pirodoxina, está presente em alimentos da classe dos grãos como, feijão, amendoim e quinoa. Um estudo publicado em 2012, nomeado como: “Fatores nutricionais e resistência da haste capilar: estudo clínico piloto”, trata sobre o uso da vitamina B6 como suplementação para garantir a resistência e melhora das fibras capilares. Disponível em: <https://www.redalyc.org/pdf/2655/265523678006.pdf>. Acesso em: 21 ago. 2022.

<sup>40</sup> O *blog*, mundo dos óleos, apresenta uma descrição bastante interessante sobre óleo. Disponível em: <https://www.mundodosoleos.com/blogs/news/oleo-de-aml-a-descubra-os-beneficios-e-usos-deste-ingrediente-natural-para-cabelos-e-pele>. Acesso em: 20 maio 2023.

<sup>41</sup> A proteína é um nutriente que pode ser encontrado alimentos como ovo, gelatina e leite, no caso das hidratações caseiras o uso desses ingredientes tem a função de reconstruir o cabelo.

<sup>42</sup> A respeito do óleo de coco, trago como referencia a dissertação de Luciano Moura Macial, intitulada: “As quebraadeiras de coco babaçu e o mercado: Dilema entre proteção do conhecimento tradicional e a

de vitaminas E<sup>43</sup>, guaraná e frutas vermelhas. O último creme assegura prevenir a queda capilar, contendo em sua composição proteínas, maçã e ceramidas.

Com isso, é provável que esteja mais clara a minha hipótese de que a indústria dos cosméticos vem, já há algum tempo, se apropriando de conhecimentos e saberes ancestrais. Ora, as estratégias empreendidas pela publicidade a partir do diálogo com a luta política das mulheres em torno do cabelo como reafirmação identitária tem servido para criar produtos que se apropriam das “tendências memorialísticas das mulheres negras”, difundidas nas plataformas de mídias digitais.

Esse conjunto de produtos capilares da linha *Garnier Fructis*, antecede a propaganda *#TrocaReceita*. A ideia inicial parecia, inclusive, ser boa, especialmente por dialogar com o fenômeno da transição capilar. Foi solicitado que as mulheres compartilhassem suas receitas caseiras no site: <http://www.trocareceita.com.br/>. Isso alimentou positivamente as expectativas de muitas mulheres a respeito da motivação e posicionamento da marca, tendo em vista o histórico de comercialização de cosméticos com ênfase nos produtos naturais. Entretanto, com o avançar da campanha, a repercussão nas redes sociais foi outra: ela foi acompanhada de muitas críticas, a exemplo das discussões presentes no grupo do *Facebook* e de um artigo de opinião na revista *Fórum*.<sup>44</sup> Como resposta, a empresa retirou do ar o site associado à campanha e se “retratou”.<sup>45</sup> Além disso, depois de três anos, lançou uma linha de produtos para cabelos cacheados, patrocinou eventos que discutem o poder das cacheadas etambém ofereceu descontos em produtos e sorteios de prêmios em dinheiro e outros brindes durante o ano de 2016.

---

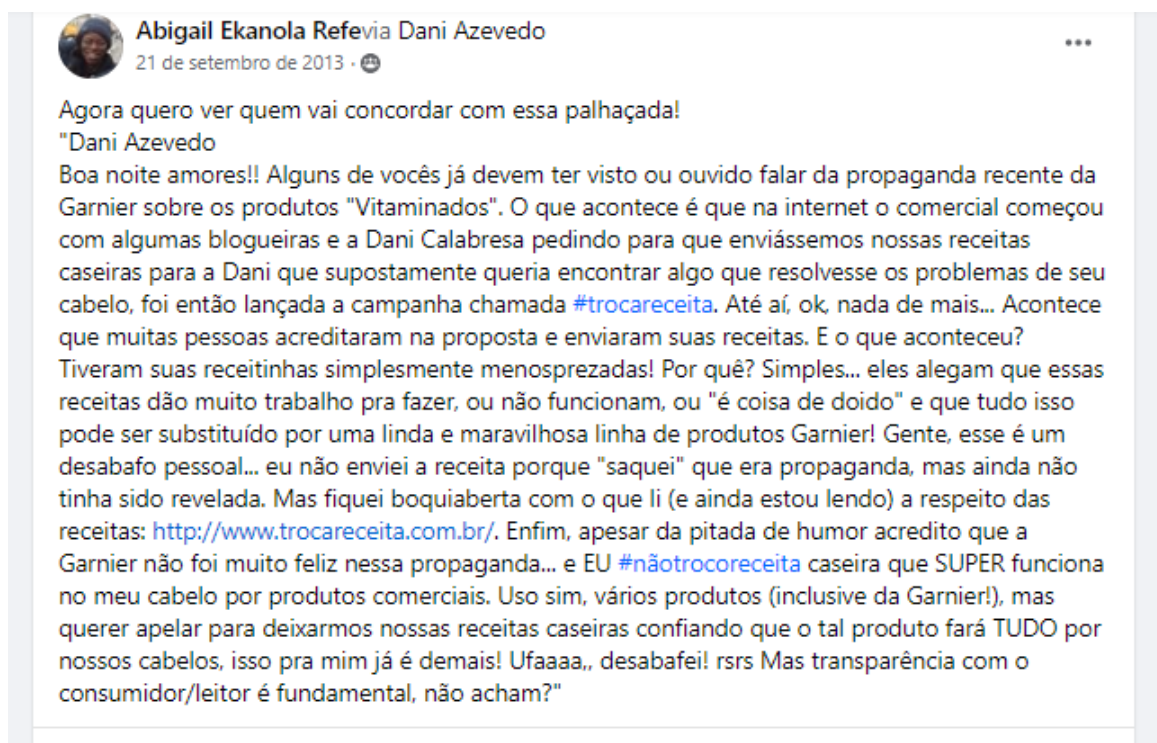
sujeição jurídica”, que apresenta de forma aprofundada a questão da apropriação de conhecimentos tradicionais em uma perspectiva jurídica, que merece ser mencionada, pois soma a discussão que levanto com a escrita desse trabalho. Disponível em: <http://repositorioinstitucional.uea.edu.br/handle/riuea/2083>. Acesso em: 01 mar. 2023.

<sup>43</sup> A vitamina E cientificamente chamada de tocoferol, tem ação reconstrutiva ajudando os fios capilares, crescerem saudáveis e brilhantes, com o consumo e utilização de óleo vegetais.

<sup>44</sup> Confira a matéria: “Garnier, a nossa receita é uma resistência a você”. Disponível em: <https://revistaforum.com.br/blogs/ativismo-de-sofa/2013/9/22/garnier-nossa-receita-uma-resistencia-voc-30470.html>. Acesso em: 03 maio 2023.

<sup>45</sup> Garnier Fructis cria plataforma para consumidoras cacheadas. Disponível em: <https://grandesnombresdapropaganda.com.br/anunciantes/garnier-fructis-cria-plataforma-para-consumidoras-cacheadas/>. Acesso em: 20 jul. 2023.

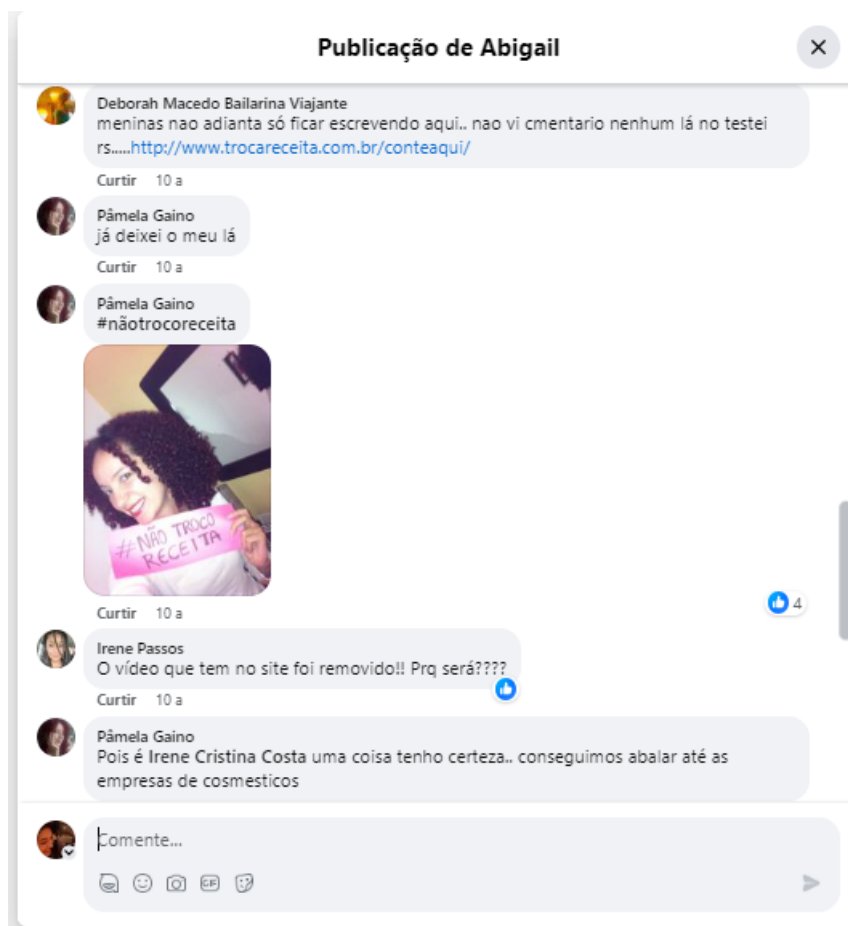
Figura 28: Print sobre a discussão da propaganda no grupo Cacheadas em Transição Oficial (2012).



**Abigail Ekanola Refevia Dani Azevedo**  
21 de setembro de 2013 · 🌐

Agora quero ver quem vai concordar com essa palhaçada!  
"Dani Azevedo

Boa noite amores!! Alguns de vocês já devem ter visto ou ouvido falar da propaganda recente da Garnier sobre os produtos "Vitaminados". O que acontece é que na internet o comercial começou com algumas blogueiras e a Dani Calabresa pedindo para que enviássemos nossas receitas caseiras para a Dani que supostamente queria encontrar algo que resolvesse os problemas de seu cabelo, foi então lançada a campanha chamada #trocareceita. Até aí, ok, nada de mais... Acontece que muitas pessoas acreditaram na proposta e enviaram suas receitas. E o que aconteceu? Tiveram suas receitinhas simplesmente menosprezadas! Por quê? Simples... eles alegam que essas receitas dão muito trabalho pra fazer, ou não funcionam, ou "é coisa de doido" e que tudo isso pode ser substituído por uma linda e maravilhosa linha de produtos Garnier! Gente, esse é um desabafo pessoal... eu não enviei a receita porque "saquei" que era propaganda, mas ainda não tinha sido revelada. Mas fiquei boquiaberta com o que li (e ainda estou lendo) a respeito das receitas: <http://www.trocareceita.com.br/>. Enfim, apesar da pitada de humor acredito que a Garnier não foi muito feliz nessa propaganda... e EU #nãotrocoreceita caseira que SUPER funciona no meu cabelo por produtos comerciais. Uso sim, vários produtos (inclusive da Garnier!), mas querer apelar para deixarmos nossas receitas caseiras confiando que o tal produto fará TUDO por nossos cabelos, isso pra mim já é demais! Ufaaaa,, desabafei! rsrs Mas transparência com o consumidor/leitor é fundamental, não acham?"



Fonte: Facebook.

Nos dizeres de Cida Bento (2022), as sementes dos quilombos não param de crescer. A população negra tem se organizado em coletivos de diferentes naturezas. Tem também respondido à dimensão estrutural do racismo, não somente na sociedade brasileira, mas em outras partes do mundo. Um interessante exemplo desse processo é o recente de boicote aos produtos da marca *Unilever* após propaganda racista disseminada na África do Sul.<sup>46</sup>

## RECEITAS CASEIRAS, PRODUTOS CAPILARES E APROPRIAÇÃO CULTURAL

As mídias digitais se tornaram instrumentos de comunicação e fontes de informação de extrema importância para o mercado industrial. Este, seguindo uma lógica que torna significativas as discussões políticas e identitárias, apropria-se dos

<sup>46</sup> Confira a notícia sobre essa situação que ocorreu no ano de 2020. *TRESemme*, da Unilever, se desculpa após campanha racista. Disponível em: <https://exame.com/marketing/tresemme-da-unilever-se-desculpa-apos-campanha-racista/>. Acesso em: 13 ago. 2020.

meios de comunicação buscando se destacar em relação aos seus concorrentes. As marcas *Salon Line*, *Gota Dourada*, *Niely Gold* e *Skala* usaram como estratégia o lançamento de produtos que aludem às receitas caseiras disseminadas nas plataformas digitais, tais quais *Facebook*, *Youtube*, *Instagram*, além de diversos *blogs*. Em concordância com Willian (2019), a discussão que se levanta aqui parte da compreensão da apropriação cultural pelo viés questionador da resistência cultural. Ela nos permite enxergar melhor as relações de dominação, principalmente quando elementos das culturas negras ou das culturas indígenas tornam tendência algum elemento estético, passando a impressão errônea de que a marginalização dessas populações esteja sendo reduzida e elas estejam experimentando grande integração e aceitação social – o que também acaba universalizando-as segundo uma única imagem.

Figura 29: Frame de vídeo de receita com maionese e imagem do produto Maionese Capilar Nutritiva, da marca Skala.



Fonte: Facebook e Google Imagens.

Figura 30: *Frame* de vídeo de *receitinha* com gel de linhaça e imagem do Gel de linhaça, da marca Niely Gold



FINALIZEI COM GEL DE LINHAÇA PELA 1ª VEZ E ME...

Ana Lídia Lopes · 522 mil visualizações · há 4 anos



Fonte: Youtube e Google Imagens.

Figura 31: *Frame* de vídeo com *receitinha* utilizando amido de milho e imagem do produto Amigo de milho, da marca Salon Line



Descrição

**HIDRATAÇÃO DE MAIZENA PARA CABELO RESSECADO** 🔥🔥

5,4 mil

Marcações "Gostei"

54.861

Visualizações

2016

29 de dez.

#receitacaseira

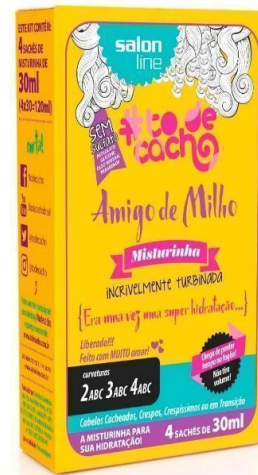
#hidrataçãodemaizena

#hi

🔔 Se inscreva no canal lindeza. Faça parte da nossa família.

HIDRATAÇÃO DE MAIZENA PARA CABELO RESSECADO 🔥🔥

🔔 VÍDEO NOVO de segunda a sexta 11:00h ...mais



Fonte: Youtube e Google Imagens.

Figura 32: Frame de vídeo com receitinha que usa gelatina incolor e imagem do produto Gelatina, da marca Salon Line.



Fonte: Youtube e Google Imagens.

Figura 33: Frame de vídeo com receitinha que usa tônicos capilares e imagem dos diferentes tipos de tônicos.



Fonte: Youtube e Google Imagens.

Os questionamentos que proponho aqui são os seguintes: a publicização desses produtos tem contribuído para a propagação de ideias positivas a respeito dos tipos de cabelo e penteados usados por mulheres negras? É possível observar uma

redução, ou mesmo cessamento, dos casos de racismo direcionados à estética capilar das mulheres negras?

O racismo não dá trégua e requer luta e atenção constantes, principalmente no que se refere às demandas da negritude e à manutenção das elites, que sempre governaram o país e seguem se beneficiando dos mesmos privilégios construídos no período colonial e escravista e consolidados no capitalismo moderno (Willian, 2019, p. 64).

A massificação e produção desses produtos em grande escala tem mantido a qualidade do produto, mantendo os cabelos das mulheres com um aspecto saudável e *bonito*, dando visibilidade a outras texturas de cabelo para além dos cachos perfeitos comportados e definidos? Esses produtos têm um custo-benefício acessível a todas as mulheres negras, sendo *barato*? Como tem sido o diálogo das indústrias com as mulheres negras, tais como as quebradeiras de coco, as quilombolas produtoras de azeite de mamona e as africanas que extraem o cacau e outros frutos provenientes de diferentes regiões do continente e que dominam certas técnicas, utilizando-as como fonte de renda?

Segundo bell hooks (2019), o capital se apaixonou pela diferença: a publicidade prospera nos vendendo coisas que vão aprimorar nossa singularidade e individualidade. Não é mais uma questão de “ter tanto quanto os outros; o importante é ser diferente deles. A diferença cultural tem vendido muito, e é necessário ter atenção a essa obsessão contemporânea pelo cabelo, que normalmente se articula ao discurso estético-midiático sobre o cabelo da mulher negra. Nas palavras de Camargo (2021), as mulheres negras tem sido alvos da publicidade de diferentes maneiras de produção dos significados, nesse contexto atual estão tendo suas experiências e subjetividades negociadas e apropriada por estratégias da publicidade, tensionando formas até então comuns de construir a diferença, desconsiderando a dimensão afetiva histórica de formas de cuidado e sociabilidade entre mulheres negras.

## CAPÍTULO 4

### MEMÓRIAS SOBRE A INDÚSTRIA DE PRODUTOS CAPILARES: COMUNICAÇÃO, IMAGEM E PROPAGANDA

A publicidade se utiliza de vários meios de comunicação, tanto os de massa (televisão, rádio e jornal), quanto os digitais (anúncios em plataformas e redes sociais), para disseminar propagandas buscando atrair olhares e atenção de um público específico para que seu objetivo seja alcançado. Focando especificamente na publicidade de produtos capilares voltados para o cabelo da mulher negra, discutiremos algumas propostas de peças publicitárias, buscando analisar os valores e padrões estéticos regulatórios para com os cabelos dessas mulheres e de que modo possuem uma ideologia refletindo o racismo cultural brasileiro. Este capítulo apresenta uma análise crítica de quatro propagandas de cosméticos capilares: *Seda Hidraloe* (1999), *Elsève Hydra Max Colágeno – Cachos Macios* (2010), *L'oréal Paris – Orgulho dos Cachos* (2018), *Crespos e Cachos Reais Salon Line* (2021), seguido de memórias e percepções das interlocutoras da pesquisa.

A *Seda* é uma marca de cosméticos pertencente à *Unilever*<sup>47</sup>. É considerada a pioneira na criação de uma linha de produtos para cabelos cacheados, por lançar, em 1999, a linha *Hidraloe*, para responder a um biotipo comum das brasileiras. A mulher escolhida para representar o padrão estético de quase todas as mulheres do Brasil foi a atriz Ana Paula Arósio, que atuou em uma propaganda veiculada no país inteiro através dos canais da TV aberta.<sup>48</sup> Para os padrões da época, o seu cabelo se destacava como diferente do cabelo liso, o que supostamente fez com

---

<sup>47</sup> *Unilever* é uma multinacional britânica de bens de consumo sediada em Londres, no Reino Unido. Seus produtos incluem alimentos, bebidas, produtos de limpeza e produtos de higiene pessoal. É a terceira maior empresa de bens de consumo do mundo medida pela receita de 2012, após a *Procter & Gamble* e a *Nestlé*.

<sup>48</sup> Esse vídeo apresenta a seguinte descrição de áudio: “Tá todo mundo reparando no meu cabelo. É que eu descobri a linha Seda Hidraloe. Criada só para cabelos cacheados no *Elida Hair Institute*. Seda extrai o melhor do Aloe Vera. O Hidraloe e meus caracóis ai tem muita história para contar. Nesse momento a atriz está parada na faixa de pedestre em uma rua movimentada e tem dois homens atrás dela um canta um trecho da música do Caetano Veloso. Debaixo dos caracóis dos seus cabelos, os homens da janela cantam também, ela está passando pela rua e recebe um olhar de um outro homem que está ao orelhão, dois passarinhos assoviavam, a propaganda se encerra com essa frase: Novo Seda Hidraloe só para os caracóis dos seus cabelos!”. O vídeo pode ser acessado no link a seguir: [https://www.youtube.com/watch?v=uJdYAmz6qLQ&ab\\_channel=vibesey](https://www.youtube.com/watch?v=uJdYAmz6qLQ&ab_channel=vibesey).

que ela chamasse bastante atenção do olhar masculino, como podemos ver nas imagens abaixo.

Figura 34: *Frames da propaganda do produto Seda Hidraloe (1998).*



Fonte: *Youtube*. Elaboração da autora.

As interlocutoras dessa pesquisa, ao comentarem suas percepções sobre a propaganda, tecem as seguintes críticas:

“Eu lembro dessa propaganda. Faltou os caracóis né? Então você pega uma modelo que tem o cabelo liso, você texturiza pra fazer propaganda de um produto que em tese é pra cachos. Então você fica procurando cachos, não tem cachos, é só a onda.” (Janira Sodré, 50 anos).

“É uma mulher branca né, e um cabelo produzido são ondas, não é o cabelo dela”. (Diana Sanzione, 38 anos).

“Primeiro que não me representa, né? Eu não me vejo nessa propaganda. E, assim, é uma pessoa branca, fazendo um cabelo cacheado, ondulado. Não há uma diversidade, achei um pouco misógina também, né?” ( Maria das Neves, 35 anos).

“Então aparece apenas um tipo de cabelo, que é um cabelo que ele chama cacheado, mas eu não achei esse cabelo cacheado, eu acho esse cabelo ondulado e produzido parece né com *babyliss* alguma coisa nesse sentido, enfim artificial, não? Mas, para mim não está muito para um cabelo cacheado.” (Eufrásia Nahako, 31 anos).

“Tem uma mulher branca com cabelo cacheado, para chamar atenção dos homens, que você vai ter mais visibilidade, no contexto da época os homens queriam se relacionar com mulheres que não tinham o cabelo crespo né? Na verdade, mais o cabelo liso né, mas a propaganda está sugerindo que se você tiver um cabelo cacheado perfeito, você vai ter mais possibilidade de ser abordada por um homem.” (Marta Quintiliano, 39 anos).

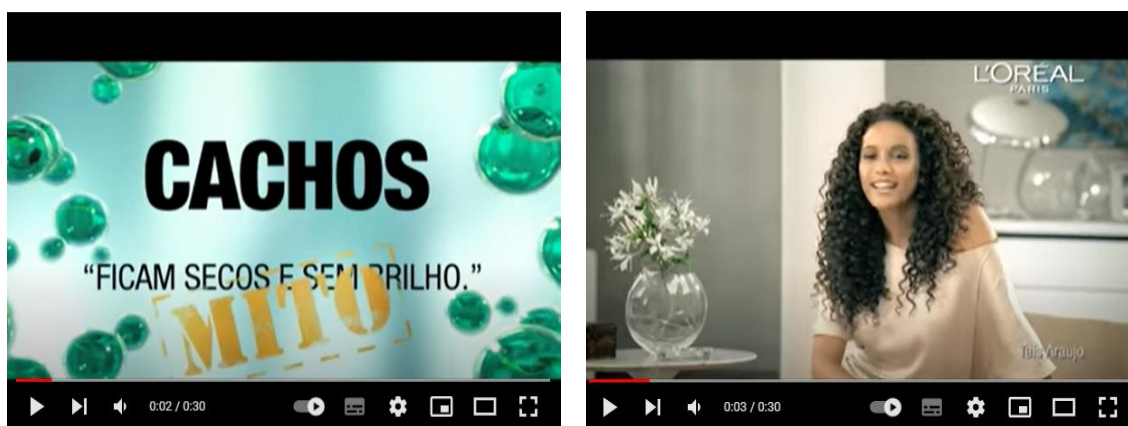
Esse modelo de cabelo era bastante usado por mim na época de minha adolescência. Sempre que havia algum evento, eu, depois de alisar o cabelo, utilizava um *babyliss* para reproduzir ondas alinhadas. Essa ideia de alinhamento foi propagada como um modelo de cabelo cacheado. As noções de beleza são constantemente reforçadas por diversas instituições que socializam as pessoas ao longo da vida. Os discursos sobre a beleza não aparecem somente nas “falas” das pessoas, mas são também fruto de determinadas ações, diariamente repetidas, tornando-se uma prática incorporada. A propaganda desempenha esse papel.

Ao analisar o conjunto de fatores apresentados a descrição das falas do vídeo, imagem do produto e a modelo do comercial, as interlocutoras salientam que há um alinhamento da marca com um padrão hegemônico patriarcal e racista sobre beleza, pois a modelo é uma mulher branca com os cabelos artificialmente cacheados e de traços “finos”. Tal propaganda não contempla o biotipo de grande parte das brasileiras. Pelo contrário, demonstra um projeto ideológico que visa transformar a autoimagem de mulheres negras, quando se opta por profissionais brancas para representar a beleza brasileira ideal.

Nilma Lino Gomes (2002) levantou a discussão sobre a negação da beleza preta em sua tese de doutorado. Nesse trabalho, discutiu como o cabelo anelado passa a ocupar, no imaginário de pessoas negras, o lugar principal no processo de padronização estética, uma vez que sua ascensão a modelo universal no imaginário coletivo o transforma em objeto de desejo. A segunda propaganda confirma essa colocação.

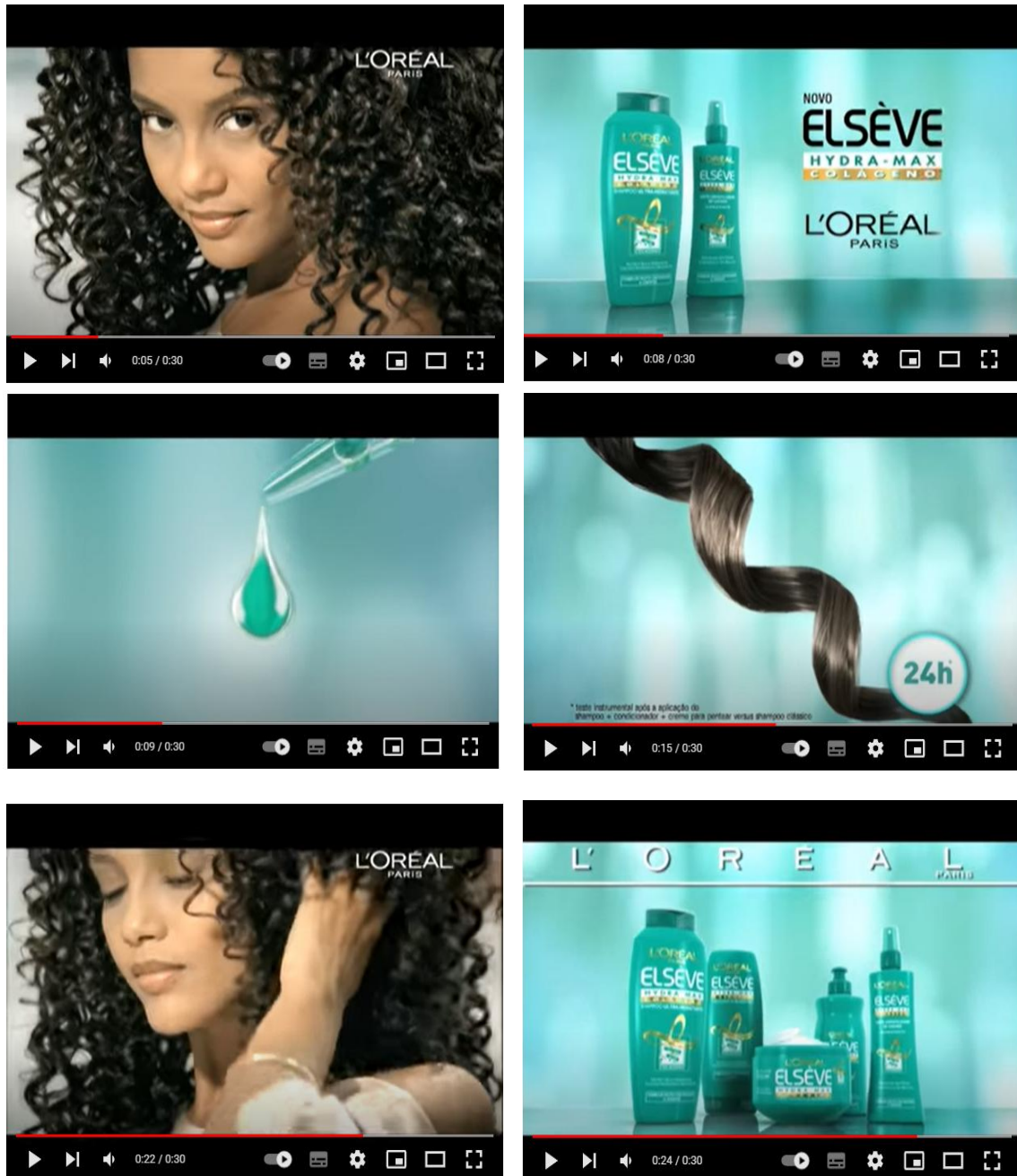
Em 2010, a marca *Elsève* lança a linha *Hydra Max Colágeno – Cachos Macios*, cuja campanha publicitária fora protagonizada por Taís Araújo, que, como no caso do primeiro comercial, também atuou em vídeo.<sup>49</sup> A marca faz parte do Grupo *L'oréal*<sup>50</sup>, outra grande multinacional na área dos cosméticos. Lembro que essa propaganda passava na televisão e esse estilo de cabelo, conforme a propaganda abaixo atesta, era tendência. Mas me lembro também que para gerar os aspectos de superdefinição e de aparência molhada era necessário usar uma quantidade significativa de creme e gel.

Figura 35: Frames da propaganda *Elsève Hydra Max Colágeno – Cachos Macios* (2010).



<sup>49</sup> Esse vídeo apresenta a seguinte descrição de áudio: “Cachos ficam secos e sem brilho, mito! Manter meus cachos hidratados e brilhantes, não é problema meu segredo, o poder do colágeno. Eu uso, o novo Elsève Hydra-Max colágeno, sua tecnologia com colágeno modela cabelos muito cacheados a crespos, como um ímã retem a hidratação, por 24 horas. Meus cachos ficam sedosos e modelados, olha o meu cabelo, ele é a prova que é possível ter cachos macios e brilhantes. Elsève Hydra-Max colágeno, de L'oreal Paris, cachos perfeitos, cachos colágenos, porque você vale muito”. O vídeo pode ser acessado no link a seguir: [https://www.youtube.com/watch?v=tYByjKpgY5Q&list=WL&index=23&ab\\_channel=elsevebrasil](https://www.youtube.com/watch?v=tYByjKpgY5Q&list=WL&index=23&ab_channel=elsevebrasil).

<sup>50</sup> A *L'oreal* é considerada a maior empresa de Beleza do mundo, presente em vários países, como Alemanha, Brasil, China, Estados Unidos e França, onde fica sua sede principal. A empresa é dona de outras marcas de cosméticos populares no Brasil, como a *Niely Gold*, *Garnier* e *Kerastase*.



Fonte: *Youtube*. Elaboração da autora.

Sueli Carneiro (2003) aponta que os meios de comunicação não apenas repassam as representações sociais sedimentadas no imaginário social, mas, também, se instituem como agentes que operam, constroem e reconstruem no interior da sua lógica de produção os sistemas de representação, cristalizando imagens e sentidos sobre a mulher negra. Essa ideia e imagem do cabelo com cachos super definidos pode ser muito problemática, como pontuado pelas interlocutoras:

A propaganda é um pouco forçada, não é qualquer cabelo crespo, que vai ter aquele cacho perfeito, aquilo é ilusão para vender mesmo. Não é a textura do cabelo dela, você percebe na raiz que não é daquele jeito, e aí você compra o produto, achando que seu cabelo vai ficar daquele jeito, quando você pega a embalagem e olha. Esses dias eu fui no supermercado eu tinha tirado as tranças, aí estava olhando os cremes e vê a imagem do produto sabe que não vai ficar daquele jeito. (Marta Quintiliano, 39 anos)

Assim, quando eleger uma pessoa negra, aí oferece o cacho perfeito sem frizz né? Que aí entra a ditadura do cacho...um problema, mas é propaganda né? Então está fazendo aí uma oferta de cachos? Pelo menos a atriz a gente já sabe que é uma pessoa negra. E agora recentemente nós estamos reconhecendo o cabelo da Taís, né natural, que a gente volta para o tema do cacho ondulado. (Janira Sodré, 50 anos)

Então, primeiro me parece que é um cabelo processado, mesmo que cacheado parece que foi passado alguma coisa pra ele baixar o volume. Então é um cabelo que talvez tenha alguma química. Uma outra, uma coisa que me impacta até hoje nesse momento como cabeleireira é a armadilha que o capitalismo está nos colocando, que é a ideia do cacho perfeito. Né? (Maria das Neves, 35 anos).

Uma diferença com o primeiro vídeo a moça é branca e nesse segundo já se traz uma figura negra, com o cabelo que está presente na categoria racial negra também né? Essa questão da busca por uma perfeição de cacho que na verdade acaba sendo uma forma também de exclusão ou você tem o os cachos perfeitos ou você está fora desse padrão meio que vem pra padronizar também, construindo um outro padrão. (Eufrásia Nahako, 31 anos).

Não é só colocar cachos, e cachos de mentira, porque mesmo a Taís Araújo que é uma negra de cacheado, não é esse o cabelo dela, foi feito um *babyliss*. Porque, ela tava fazendo uma novela e esse não é o cabelo natural dela, foi feito *mega hair* no cabelo dela, alguma coisa. (Diana Sanzione, 38 anos).

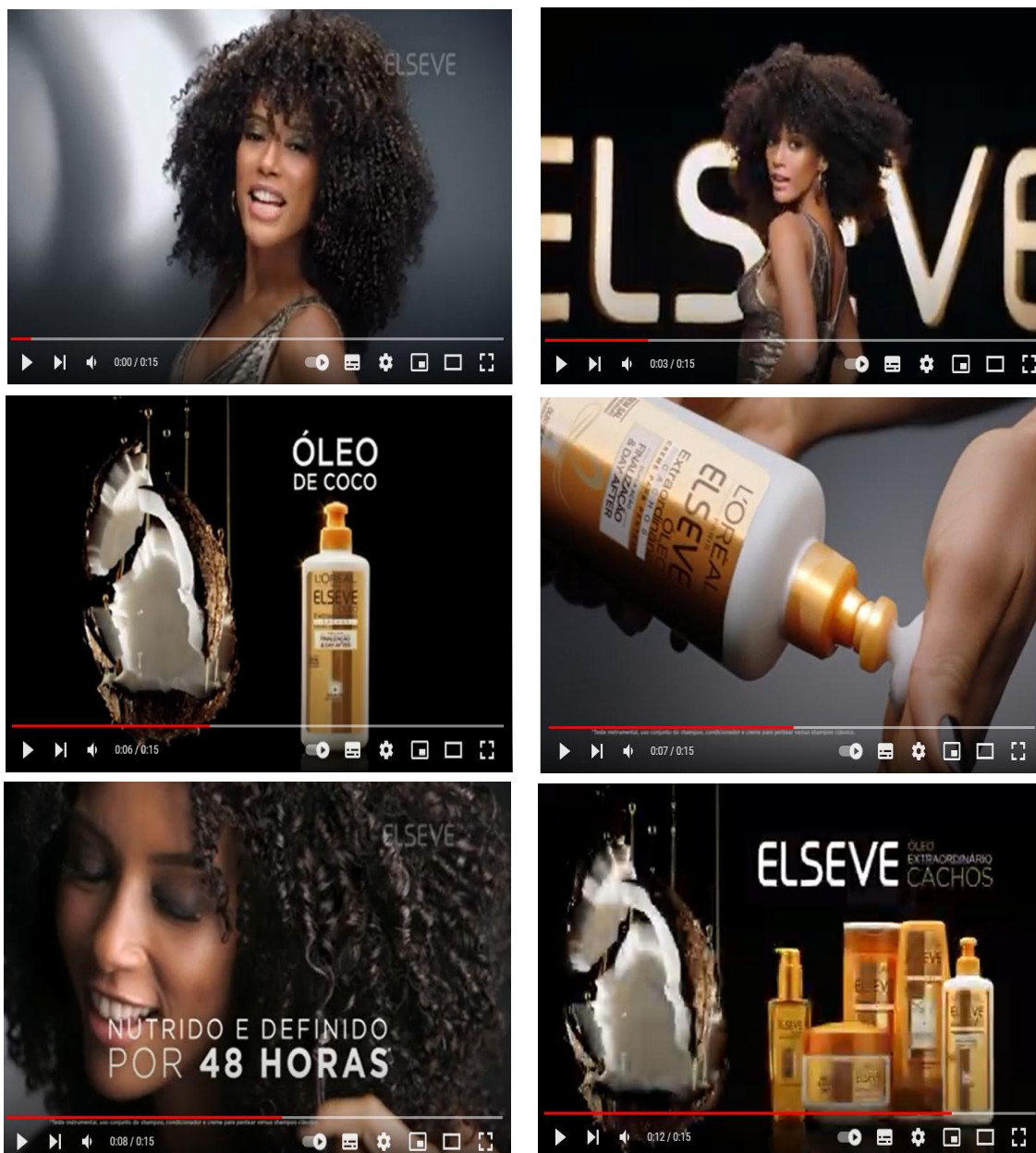
A propaganda estrelada por Taís Araujo marca as mudanças em torno da publicidade, na escolha de uma mulher negra, para uma comercial direcionado para cabelos cacheados. No entanto, eu e minhas interlocutoras sabemos que essa não é a textura original do cabelo da atriz, e que há muita edição nas imagens, afinando traços como o nariz e os lábios, além de muita luz sobre o rosto da atriz, passando uma ideia que ela está mais próxima dos padrões da branquitude.

De acordo com bell hooks (1992), o estudo da publicidade de cosméticos e suas representações nos espaços midiáticos é relevante em vários níveis sociais, para abordar os processos de visibilização e silenciamento de discursos na publicidade de cosméticos. Exemplo disso é a mudança da imagem e discursos na propaganda feitos pela mesma marca no ano de 2018.<sup>51</sup>

---

<sup>51</sup> Esse vídeo apresenta a seguinte descrição de áudio: “Meu cabelo é cheio sim de orgulho, crespo ou cacheado com o extraordinário poder umectante do puro óleo de coco, ele fica nutrido e definido por

Figura 36: Frames da propaganda do produto L'Oreal Paris/Orgulho dos Cachos (2018)



Fonte: Youtube. Elaboração da autora.

A respeito dessa peça publicitária, as interlocutoras se posicionam das seguintes maneiras:

---

48 horas. Novo Elsève, óleo extraordinário cachos, de L'oréal Paris.". O vídeo pode ser acessado no link [https://www.youtube.com/watch?v=8olnVU6eeYc&list=WL&index=24&ab\\_channel=WMcCannBR](https://www.youtube.com/watch?v=8olnVU6eeYc&list=WL&index=24&ab_channel=WMcCannBR). a seguir:

Ela saiu de um cacho assim meio artificial, para um mais artificial ainda, que pra mim parece mais peruca do que o cabelo dela (Marta Quintiliano, 39 anos).

A propaganda acompanha a evolução dos debates, a internet deu espaço para a gente dizer, aí o marketing escolhe se vai usar isso ao seu favor ou não (Diana Sanzione, 38 anos).

Esse aí eu até uso inclusive, eu acho que assim a gente tem o cabelo mais próximo do que é o cabelo natural dela né? Aí bem mais próxima e claro está preenchido pra ter mais volume né? Porque o cabelo natural dela tem bem menos volume que isso, e aí eu acho que a gente percebe uma um deslizamento do consumo junto com o debate sobre o cabelo, uso social uma afirmação maior, uma amplificação é bem longe do mundo real né? Na verdade, é uma estrela global escolhida pra performar essa mulher negra nós já sabemos que a publicidade tem dificuldade de lidar com gente normal né?" (Janira Sodrê, 50 anos).

Então, primeiro o cabelo da Taís, assim como cabeleireira, o cabelo dela nesse momento ele tá ele foi feito um sabe? Cachinho bem fininho, um babylliss, porque esse não é o natural, do cabelo dela. Então foi feito um penteado aí pra poder esse cabelo ficar desse jeito, entende? Ah! Por que que não fez a do cabelo dela natural realmente. É isso já tínhamos vários avanços, mas ainda assim a propaganda me assemelha muito com a outra, né? Foi com a mulher preta, mas houve um branqueamento na sua pele, sabe? E um processamento pra esse cacho ficar bem definido, um alongamento que eu não sei talvez seja até uma peruca, uma laice nesse cabelo (Maria das Neves, 35 anos).

O cabelo dela parece mais cheio, parece um cabelo mais voltado para o crespo uma tendência mais inclinada para o cabelo crespo, aparece também a imagem do coco, isso de certa forma é interessante porque pelo menos para nós aqui no nosso contexto onde fazemos uso de muitos produtos naturais (Eufrásia Nahako, 31 anos).

Na propaganda em questão, o cabelo da atriz aparece mais cheio e menos definido; a tonalidade da sua pele, mais escura. É notável que as mudanças dessa propaganda refletem uma tentativa da marca de se aproximar mais das mulheres de cabelos crespos, enfatizando o orgulho dos cabelos, dialogando com as reivindicações levantadas na *internet*. Conforme pontuou Janira, a publicidade tem dificuldade em lidar com gente normal.

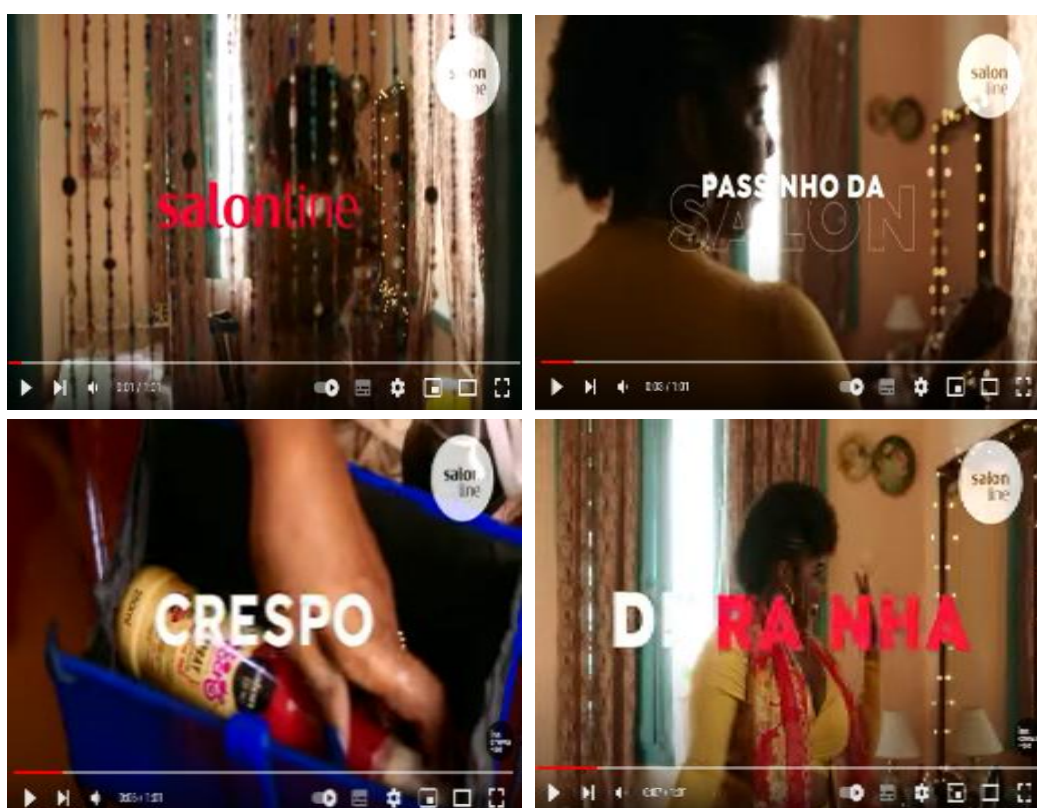
Segundo Tusset (2021), a publicidade tem gradualmente ampliado as imagens sobre beleza negra em termos de diversidade fenotípica, cromática e de texturas capilares. Esses aspectos de significados sobre a diferença são percebidos na propaganda "Crespos e Cachos Reais" (2021), da marca *Salon Line*.<sup>52</sup>

---

<sup>52</sup> Esse vídeo apresenta a seguinte descrição de áudio: "Vem comigo mulher preta, você não está sozinha, o poder é o seu crespo, com seu *black* de rainha. É real e dá orgulho, hoje temos nosso espaço, tô de trança de turbante, tô de crespo e tô de cacho. Essa é para quem tem o dom, no passinho da Salon, para mulheres reais, cabelos sensacionais. Eu sou crespo e cacho, sou um esculacho de beleza e de poder e vai ser bem maior, porque estamos todas juntas e somos uma só. Pro cabelo é a primeira e todos vem atrás, depois de Salon Line, eu sempre quero mais. Hey, hey Salon Line, agora

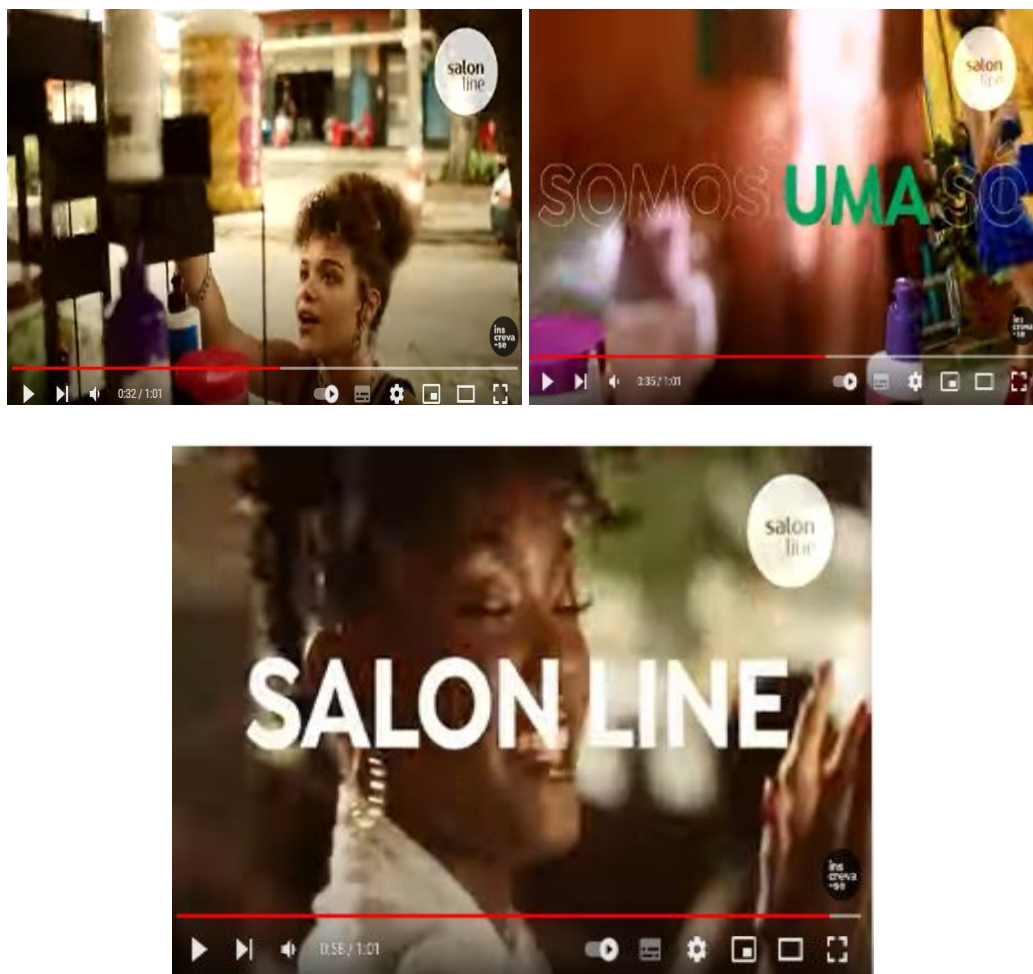
A marca foi criada por três irmãos uruguaios, Carlos, Fernando e Adrian, em 1995. Primeiro, eles lançaram o produto *DepilRoll*, um creme para depilação que está no mercado até hoje, embora pertence a outro fabricante. Em 1996, passaram a importar dos Estados Unidos produtos capilares de alisamento para os cabelos das mulheres negras, sendo a base de composição da marca, com várias opções de relaxamento, para os diversos tipos de cabelo, atualmente tendo poucas opções no catálogo. Foi somente em 1999 que a *Salon Line* se tornou uma marca 100% brasileira, mudando de estratégia de fabricação, focando em produtos de tratamento para cabelos cacheados, crespos e ondulados, criando sua própria marca. Acompanhando o crescente movimento de transição capilar, em 2014, a marca passou a desenvolver os seus produtos de acordo com essa necessidade do mercado.

Figura 37: Frames da propaganda do produto Crespos e Cachos Reais, da Salon Line (2021)



eu quero mais. Mulher primeira, Salon Line eu quero mais.”. O vídeo pode ser acessado no link a seguir: [https://www.youtube.com/watch?v=6vJ0hsxK5u4&list=WL&index=25&ab\\_channel=SalonLineBrasil](https://www.youtube.com/watch?v=6vJ0hsxK5u4&list=WL&index=25&ab_channel=SalonLineBrasil).





Fonte: Youtube.

Já sobre essa propaganda, as interlocutoras disseram o seguinte:

Está um pouco mais representativo, no sentido de todas as texturas de cabelo pra mim tudo é só mídia né cara? Tipo assim, as pessoas estão pedindo representatividade então vamos ali colocar, as pessoas lá com esse cabelo, com esse corpo". Mas, teve a Marcha do Orgulho crespo, então elas vão copiando esse discurso da sociedade pra colocar no produto pra vender. Então é nitidamente assim que está falando de um diálogo que as pessoas já estão se manifestando e indo pra rua. Então eu preciso vender. Então vamos fazer esse discurso que eles que eles falam, né? (Marta Quintiliano, 39 anos).

Salon Line eu também uso, chama atenção né? Acho que tem mais uma coisa externa tem mais o lance da comunidade da vizinhança do lazer e mulheres reais né? Obviamente que elas são produzidas pela propaganda, mas já traz aí uma dose um pouco mais rua um pouco menos global e tal, obedece a uma tendência de mercado também e acho que é um debate grande também a indústria, a relação entre a indústria cosmético e o público consumidor negro, né? De algum modo a indústria ela também procura dar uma resposta a questões, né? (Janira Sodr , 50 anos).

Várias mulheres, né? De todas as tonalidades de pele, enfim, mas lembrando que é também uma questão capitalista porque entendendo que essas mulheres consomem, não é porque eles são bonzinhos sabe? (Maria das Neves, 35 anos).

Nessa mostra mais pessoas essa diversidade de corpos também, de cores, tamanhos, né? Tem uma mulher ali relativamente um pouco mais gorda em relação às outras. E tem a questão da própria cor, além do tom de pele, tem ação da cor das roupas e por aí vai. (Eufrásia Nahako, 31 anos).

Existe uma tendência da empresa querer se aproximar. Inclusive a estratégia da Salon Line de ter embaixadoras, mulheres reais, é uma tendência de mercado cada vez mais mulheres reais exaltada. Eu vi nessa propaganda, colocar uma mulher de verdade fora do padrão que não é magrinha, modelo, a empresa responde a demanda do consumidor, porque se ela não vai isso, ela cai fora. (Diana Sanzione, 38 anos).

Fry (2002) esclarece questões importantes sobre as direções tomadas pela publicidade no Brasil, ao campo da estética dirigida para as pessoas de pele mais escura e cabelo mais crespo, ao enfatizar que a maior presença de pessoas negras na publicidade brasileira é basicamente um fenômeno mercadológico, na busca de lucrar em cima dos parâmetros culturais.

A colocação do autor corrobora com as impressões das interlocutoras sobre essa última propaganda. Apesar de elas e eu reconhecermos que essa propaganda está mais representativa, não vendendo uma ideia de uniformidade de modelo único de mulher negra e cabelo, tecemos críticas ao fato de que a nossa identidade não está à venda; é composta de memórias coletivas que resistiram às tentativas coloniais de exílio e silenciamento, frutos de um pensamento feminista interseccional, como bem coloca Wichers (2018), sendo extremamente profícuo para pensarmos a construção da memória coletiva produzidas por negras afrodiáspóricas.

## **A ANTROPOLOGIA DA MEMÓRIA COMO UMA PERSPECTIVA DE PENSAMENTO EM JOEL CANDAU E NICOLE LAPIERRE.**

O tema da memória vem, ao longo dos anos, passando por constantes reavaliações, em diálogo com várias áreas do conhecimento. Em um primeiro momento, propus um diálogo entre Maurice Halbwachs (1990), Ecleia Bosi (1994) e teóricas negras, como Grada Kilomba (2020) e Conceição Evaristo (2017), mas sempre me questionando e reivindicando na minha escrita a construção de uma

antropologia da memória. Foi quando me deparei com um livro chamado “*Antropologia da Memória*” de Joel Candau (2002). A busca por essa obra me demandou alguns meses. A versão do livro em português se encontrava esgotada; li algumas resenhas sobre a obra, que cada vez mais aguçava minha curiosidade. Para a minha felicidade, encontrei uma versão em *pdf* do livro em espanhol.

Joel Candau é professor de Antropologia na Universidade de Nice-Sophia, na França, coordenador do LASMIC (Laboratório de Antropologia e Sociologia Memória, Identidade e Cognição Social), onde desenvolve estudos sobre antropologia sensorial e cognitiva, antropologia da cooperação e abordagens naturalistas nas ciências sociais.

Em sua obra, flerta com várias áreas do conhecimento, começando pela biologia, ao defender as bases anatômicas e biológicas da memória. Segundo ele:

Sin memoria, el sujeto se pierde, vive únicamente el momento, pierde sus capacidades conceptuales y cognitivas. Su mundo estalla en pedazos y su identidad se desvanece. Sólo produce un sucedáneo de pensamiento, un pensamiento sin duración, sin el recuerdo de su génesis, condición necesaria para la conciencia y para la conciencia de uno mismo (Candau, 2002, p.5).<sup>53</sup>

Ele levanta essa questão reforçando a ideia de que a faculdade da memória é universal para todos, possuindo origem e natureza específica. Mas a maneira como os homens utilizam a memória evolui ao longo do tempo.

A partir de ese momento se, impuso la necesidad de transmitir a las generaciones siguientes lo adquirido – saberes, maneras de hacer las cosas, creencias y tradiciones –, necesidad que constituye el origen de la invención de diferentes procedimientos mnemotécnicos y, mucho más tarde, del desarrollo del arte de la memoria, antes de que la escritura primero, y la imprenta luego, sustituyeran parcialmente la memorización (Candau, 2002, p.10-11).<sup>54</sup>

As formas de transmissões são de interesse da Antropologia, pois diferentes indivíduos podem ter recordações semelhantes e usar de maneiras distintas ou com a mesma finalidade uma memória em comum. Diferentemente da memória do computador, a memória humana manifesta intenções, propósitos, valores, símbolos e

---

<sup>53</sup> Tradução da autora: “Sem memória, o sujeito vai se perdendo vive, apenas momento, perde suas capacidades conceituais e cognitivas. Seu mundo explode em pedaços e sua identidade se desvanece. Apenas produz uma sucessão de pensamentos sem duração, sem memória da sua gênese, condição necessário para consciência e para a autoconsciência.”

<sup>54</sup> Tradução da autora: “A partir desse momento, se, impôs a necessidade transmitir para gerações seguintes o que foi adquirido – conhecimento, formas de fazer coisas, crenças e tradições –, uma necessidade que constitui a origem da invenção de diferentes procedimentos mnemônicos.”

significados. Por esses motivos específicos a antropologia da memória dialoga com a psicologia, tanto no nível psíquico, comportamental e da consciência, algo que Ecléia Bosi também trouxe de maneira brilhante em seu estudo sobre a lembrança dos velhos na sociedade, dado o fato de que o pensamento e a memória são organizados um em função da presença do outro.

A memória, seja ela pessoal ou coletiva, é utilizada para organizar e reorganizar o passado, dado o seu valor explicativo de realidade na sociedade.

En el caso de los grandes acontecimientos colectivos, se adivinha el interés conjunto de historiadores y antropólogos por una búsqueda de la memoria: los primeros ayudan a los segundos a medir los deslizamientos de la memoria en relación con la realidad histórica; los segundos proponen a los primeros una interpretación de estos desplazamientos a la luz de lo que está en juego en el presente en lo cultural, en lo social y en lo simbólico. (Candau, (2002) p.77).<sup>55</sup>

Na história, a memória é marcada por um campo político-ideológico de disputa na sociedade, a exemplo de alguns campos de memória, tais quais a memória-reino, a memória-Estado, a memória-nação, a memória-cidadão e a memória-patrimônio. A antropologia aparece como campo que se distingue dessa perspectiva, pois propõe interpretações das lutas sociais, culturais e simbólicas do presente.

La memoria, señala, es objeto de em lucem en el presente, porque ciertos grupos intentan apropiarse de ella. Esto es lo mismo que decirme una antropología aplicada de la memoria no debe confundirse con una exploración del pasado, aunque no hay que descuidar esta dimensión: Ya que la memoria se vive en el presente, la antropología, que rechaza todo placer por el pasado, debe esforzarse por describir y, si fuera posible, elucidar, las manifestaciones contemporáneas de esta facultad humana. (Candau, (2002) p.87).<sup>56</sup>

O autor reivindica uma perspectiva crítica da memória em relação aos fatos do passado e às apropriações em torno da ideia de patrimônio, ao pontuar que patrimônio é produto de um trabalho de memória que, ao longo do tempo e de acordo

---

<sup>55</sup> “Os grandes eventos coletivos são um ponto de interesse conjunto de historiadores e antropólogos na busca pela memória: o primeiro grupo ajuda os segundos a medir as lacunas da memória em relação à realidade histórica; este último propõe ao primeiro uma interpretação dessas lacunas em função do que está em jogo entre o presente, cultural, social e o simbólico.”

<sup>56</sup> “A memória marca uma disputa com o presente, porque certos grupos tentam se apropriar dela. Isso é o que o mesmo que dizer que uma antropologia aplicada da memória não deve se confundir com uma exploração do passado, embora essa dimensão não deva ser negligenciada. Já que a memória é vivida no presente, a antropologia, que rejeita todo prazer pelo passado, deve esforçar-se para descrever e, se fosse possível, elucidar, as demonstrações contemporâneas desta faculdade humana.”

com muitas variáveis, selecionou certos elementos herdados do passado para incluí-los nas categorias de bens patrimoniais.

A antropologia da memória, enquanto campo de estudo, vem, então, para questionar os campos materiais da memória e dar visibilidade ao campo de “*lo inmaterial (lenguas, cantos, tradiciones, saberes y maneras de hacer las cosas, etc) en el que los pueblos se reconocen*” (Candau, 2002, p.86).<sup>57</sup>

O encaminhamento do autor é muito profícuo para a antropologia, e colaborou muito para a construção desse trabalho. No entanto ele estabelece uma perspectiva para as concepções do presente da época, o qual hoje nos exige uma ampliação de repertório, agregando outras perspectivas de memórias que passaram a serem reivindicadas no tempo atual.

Quando abordamos migração, fluxos, identidades e documentos, estamos falando de memórias que foram silenciadas, mas não apagadas, pois são memórias coletivamente construídas. Por isso é importante responder à pergunta que pode incomodar a muitos: onde estão essas e outras memórias de lutas e de produção social das mulheres? Como fazer para as atuais e futuras gerações conhecerem e reconhecerem o poder das memórias do feminino na história da humanidade? (Brayner e Primo, 2018).

As demandas da contemporaneidade para a Antropologia da memória foram tema da palestra de Nicole Lapierre, intitulada: *¿Una antropología de la memoria y el olvido*<sup>58</sup>, que aconteceu no dia 25 de novembro de 2014, no auditório Paul Rivet, sendo promovida pelo Instituto Colombiano de Antropologia e História (ICANH)<sup>59</sup>, na Colômbia.

Nicole Lapierre é uma socioantropóloga francesa reconhecida internacionalmente na temática de antropologia da memória. Ela tem uma longa carreira como pesquisadora no Centro Nacional Francês de Pesquisa Científica (CNRS). É autora de múltiplas investigações e livros de referência sobre temas como história dos grupos sociais, memória e esquecimento, família e filiação, minorias e gênero. É codiretora da revista *Comunicaciones* e dirige a coleção "Uma ordem de ideias" da editora *Stock*. Foi

---

<sup>57</sup> Campo de imateriais: línguas, canções, tradições, saberes, modos de fazer coisas etc.

<sup>58</sup> Uma Antropologia da memória e esquecimento? Palestra com tradução em Espanhol disponível no Youtube: [https://www.youtube.com/watch?v=R7BYc3BASoY&ab\\_channel=InstitutoColombianodeAntropolog%C3%ADaHistoria](https://www.youtube.com/watch?v=R7BYc3BASoY&ab_channel=InstitutoColombianodeAntropolog%C3%ADaHistoria). Acesso em: 20 ago. 2023.

<sup>59</sup> A notícia da palestra foi noticiada pelo site oficial do governo colombiano. Disponível em: <https://www.icanh.gov.co/prensa/actualidad-icanh/nicole-lapierre-icanh>. Acesso em: 20 ago. 2023.

diretora do Centro Edgar Morin do Instituto Interdisciplinar de Antropologia Contemporânea da Escola de Estudos Superiores em Ciências Sociais (EHESS) de Paris. Vencedora do prestigioso Prêmio AMALFI de Ciências Sociais, em 1991. É autora de vários livros, dos quais destaco *A Mulher Maior, nova feminilidade, novo feminismo*, de 1973 (publicado em espanhol em 1975) e *O Silêncio da Memória* (1989 e 2002, versão somente em francês).

Eu assisti a palestra várias vezes. Na última, fiz uma transcrição para trazer algumas colocações da autora que se somam a esse trabalho. Em sua fala, ela traz os conflitos de memória em torno do processo de colonização e “independência” da Argélia.<sup>60</sup>

Durante mucho tiempo en el discurso oficial y en el debate público francés la guerra colonial no fue asumida como tal, no se hablaba de los acontecimientos de Argelia. Y durante mucho tiempo aún las memorias de los diferentes protagonistas del concilio eran irreconciliables. Por el lado del Mediterráneo colonial dejaba en secuelas coloniales guerras memoriables y heridas bastante profundas la memoria de los combatientes de los franceses de Argelia. (Instituto Colombiano de Antropología e História, 2014).<sup>61</sup>

Essas memórias ficaram muito tempo ocultadas, mas depois de 50 anos as coisas foram se movendo e as reivindicações e iniciativas das gerações seguintes trouxeram mudanças para o povo Argelino.

Es interesante porque generalmente se presenta la transmisión de lo alto hacia abajo desde los mayores hacia los más jóvenes. Y iniciativa pero no hay que subestimar las iniciativas en sentido inverso de abajo hacia arriba desde los menores hacia los mayores y que reencuentran la memoria histórica de las generaciones procedentes. (Instituto Colombiano de Antropología e História, 2014).<sup>62</sup>

---

<sup>60</sup> A Argélia é um país localizado no noroeste do continente africano. Durante o meu período de intercâmbio na Argentina, uma das amigas com quem mais tinha afinidade era uma argelina. Com ela, tive a oportunidade de conversar sobre os processos de exotização que nos eram comuns, pois eu era uma estudante estrangeira em uma cidade em que não se viam negros/as. Minha colega e eu chamávamos atenção, nossos cabelos se destacavam, o dela cacheado e o meu crespo. Nossa amizade me permitiu trocas de experiências e conversas profundas sobre a questão do racismo presente no Brasil e Argélia.

<sup>61</sup> “Durante muito tempo, no discurso oficial e no debate público Francês, a guerra colonial, não foi assumida como tal, não se falava sobre os acontecimentos da Argélia. E durante muito tempo, as memórias dos diferentes protagonistas do conflito, eram irreconciliáveis. Do lado do Mediterrâneo colonial se deixava sequelas coloniais e feridas bastante profunda, na memória dos combatentes dos franceses da Argélia.”

<sup>62</sup> É interessante, porque geralmente é comum a transmissão vir de cima para baixo, dos mais velhos para os mais novos. Essa pontuação não é para subestimar a ordem das coisas, de baixo para cima, dos menores para os maiores, mas de enfatizar o reencontro da memória histórica nas gerações que estão chegando.

Acredito que a colocação da autora sobre o reencontro da memória nas gerações que estão chegando seja o ponto chave da sua teoria, que dialoga com a análise do processo de luta das mulheres negras em uma perspectiva decolonial, comprometida com a pluralidade.

Hay una responsabilidad para nosotros en tanto antropólogos, sociólogos, historiadores ... me parece que es muy importante para los antropólogos no creernos lo Salva de unas culturas no solamente amenazadas sino quizá desaparecidas? Sino tratar de construir a grande escala una historia oral del país. En toda su diversidad eso. No puede hablar, no puede haber memoria ni concepción museográfica, ni historiográfica, sino es plural. (Instituto Colombiano de Antropología e Historia, 2014).<sup>63</sup>

Encerro esse tópico com a fala da autora, concordando e reafirmando que não é possível falar nem haver memória se não for plural.

---

<sup>63</sup> Há uma responsabilidade para nós antropólogos, sociólogos e historiadores. Parece-me que é muito importante que os antropólogos não acreditem que nós temos o poder de salvamos culturas que não estão ameaçadas, desaparecidas? Mas, sempre tentar construir uma história oral do país em larga escala. Em toda a sua diversidade. Isso não pode faltar, não pode haver memória nem concepção museográfica ou historiográfica, se não for plural.

## CONCLUSÃO

Começo explicando o título “CABELO BBB (BOM, BONITO E BARATO)”, cuja intenção foi chamar a atenção do leitor por se tratar de uma expressão popular do cotidiano brasileiro, normalmente usada para designar algo acessível e de boa qualidade. No contexto deste trabalho, essa expressão é resgatada do universo de especialistas e *youtubers* que publicam dicas de produtos capilares do momento. Por meio das peças publicitárias analisadas, vimos que, inicialmente, os discursos e imagens tinham o intuito de seduzir com a ideia de um cabelo “bom e bonito”, transformando cabelos crespos e afros em cachos comportados e definidos. Em 2021, a marca Salon Line popularizou o acesso a esses produtos em termos de custo-benefício, apresentando várias opções acessíveis (“barato”). Percebe-se, então, como a indústria de cosméticos capilares transforma o cuidado em produto de consumo. As reflexões realizadas nesta dissertação permitiram compreender como as formas de cuidado com os cabelos circularam entre as mulheres negras, tornando-se um nicho de mercado que se apropria de seus saberes e de suas pautas políticas de identidade, memória e resistência.

Os métodos utilizados por mim nesta pesquisa partiram de um esforço de escrita acessível e de simples compreensão, amparando-se em recursos imagéticos — tais como fotografias, capturas de tela de redes sociais digitais e recortes de vídeos —, além de notas explicativas de rodapé e de memórias pessoais que arrisco chamar de autoetnografia.

Tomei como ponto de partida a minha familiaridade com o tema, minhas memórias e inquietações para a construção das primeiras hipóteses. Ao longo das aulas, das leituras e da orientação, essas hipóteses amadureceram e se transformaram nas questões centrais que nortearam esta pesquisa. Assim, recuperando as perguntas lançadas na introdução, respondo aqui: os saberes ancestrais sobre os cuidados com os cabelos crespos têm sido repassados de geração em geração — de mãe para filha, de avó para neta, de tia para sobrinhas e de irmãs mais velhas para as mais novas. Esses saberes se perpetuaram como estratégia de resistência e defesa contra uma indústria de cosméticos que historicamente tentava alisar cabelos ondulados, cacheados e crespos. Por meio da comunicação digital, as mulheres negras passaram a difundir esses saberes e

conhecimentos, movimento que se iniciou em blogs, no Orkut e no Facebook, avançou pelos canais do YouTube e Instagram, e hoje se consolida no *TikTok*. Os impactos causados por essa indústria na autoestima das mulheres negras são percebidos por longos períodos de alisamento capilar, em uma tentativa de controlar a imagem do que seria o cabelo belo e ideal; por isso, o período de transição capilar configura-se como um momento muito doloroso na vivência das mulheres negras, sendo esse impacto um reflexo do racismo estrutural constituído na sociedade.

No primeiro capítulo, busquei apresentar o protagonismo das mulheres negras na defesa e valorização dos cabelos naturais como uma pauta da agenda do movimento negro, defendendo a ideia de que as movimentações dessas mulheres na internet são uma continuidade desse movimento na contemporaneidade. Nessa primeira parte do trabalho, apresento algumas pistas a respeito da circulação de saberes ancestrais entre as mulheres negras.

No segundo capítulo, com a apresentação de memórias coletivas, respondo como os saberes ancestrais sobre os cuidados com os cabelos são mobilizados a partir de trocas de afeto entre mulheres negras, intercambiando experiências em comum de cuidado capilar que são passadas das mais velhas para as mais novas através da oralidade. Mostro também como esses saberes foram socializados nas redes digitais e se transformaram em uma questão de resistência e defesa diante da indústria de cosméticos.

No terceiro capítulo, apresento dados imagéticos que demonstram como a indústria de cosméticos se apropriou dos saberes das mulheres negras por meio da criação de produtos que aludem a receitas caseiras.

Por fim, no último capítulo, trago quatro propagandas de cremes de cabelo direcionados para mulheres negras. A intenção desse capítulo foi analisar quais os impactos causados na autoestima das interlocutoras pela indústria de produtos capilares através dessas propagandas, focando não no trauma e na dor, mas na evolução da representação da imagem da mulher negra. Como bem colocado pelas próprias interlocutoras, é preciso sempre questionar as dinâmicas do mercado.

Esta pesquisa não esgota o tema proposto, de modo que respondo à última pergunta: *Quais as possibilidades que se abrem ao campo da Antropologia e dos*

*estudos sobre memória quando pensamos ancestralidade negra e cuidados com os cabelos crespos?*

O trabalho abre margem de diálogo para pensar a temática dos saberes ancestrais femininos em conexão com a filosofia africana, pois foi escutando Dona Celina Songa e outras interlocutoras que pude identificar que a babosa é uma herança africana para nós. Muitas dessas plantas e frutos chegaram até nós e, hoje, passam pela apropriação de matérias-primas para a fabricação de cosméticos oriundos de territórios africanos e quilombolas. Além disso, a pesquisa permite avançar na investigação de como esse movimento acontece no *TikTok* e contribui para as discussões dentro dos campos da Antropologia visual, da técnica e da memória.

A inexistência de uma linha de pesquisa especificamente voltada à Antropologia da Memória nos programas de pós-graduação brasileiros evidencia uma lacuna acadêmica diante da ampliação de estudos sobre memória, identidade racial, corporeidade, estética negra e experiências femininas afro-diaspóricas. Embora existam iniciativas que dialoguem com esse campo, como o LARMe da Universidade Federal do Rio de Janeiro, tais discussões ainda permanecem dispersas em laboratórios e eixos interdisciplinares, sem reconhecimento institucional próprio dentro da Antropologia.

A partir da minha pesquisa e muitas outras já realizadas, torna-se evidente a necessidade urgente de consolidar uma linha específica de Antropologia da Memória que contemple as relações entre corpo, estética, ancestralidade, consumo, racismo e construção identitária, compreendendo o cabelo crespo não apenas como elemento estético, mas como território de memória, experiência social e transmissão cultural entre mulheres negras no Brasil, considerando que grande parte dessas produções acadêmicas tem se desenvolvido, historicamente, no interior das Ciências Sociais e da Antropologia, ainda sem a consolidação de um campo específico e institucionalizado voltado à memória enquanto categoria antropológica central, dentro dos programas de pós-graduação em Antropologia.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ARAÚJO, Joel Zito. A força de um desejo-a persistência da branquitude como padrão estético audiovisual. **Revista USP**, n. 69, p. 72-79, 2006.
- BALHEGO, Juliana de Melo. Cabelo ruim?: a representação do cabelo crespo na publicidade brasileira. 2016. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/handle/10183/147532>. Acesso em: 21/04/2020.
- BENTO, Cida. **O pacto da branquitude**. Companhia das Letras, 2022.
- BOLETIM INFOMATIVO. I Encontro Nacional de Mulheres Negras: Editorial. Rio de Janeiro, n. 1, p. 1-5, set. 1988
- BOSI, Ecléa. Memória e sociedade: lembranças de velhos. 1994.
- BRAGA, JULIANA BELLIA. **A MULHER NEGRA NAS EMBALAGENS DE COSMÉTICOS PARA CABELOS CRESPOS E CACHEADOS**. 2020. 171f. Dissertação, Programa de Pós Graduação em Comunicação e Territorialidades, Universidade Federal do Espírito Santo- UFES, Vitória, 2020. Disponível em: [http://portais4.ufes.br/posgrad/teses/tese\\_14122 DISSERTA%C7%C3O revisada Juliana%20Bellia%20Braga.pdf](http://portais4.ufes.br/posgrad/teses/tese_14122 DISSERTA%C7%C3O revisada Juliana%20Bellia%20Braga.pdf) . Acesso em: 19/09/2020.
- CARNEIRO, Sueli (2003) A mulher negra na sociedade brasileira – o papel do movimento feminista na luta anti-racista. Brasília: Fundação Cultural Palmares.
- CANDAU, Joel. **Antropología de la memoria**. Buenos Aires: Nueva Visión. 2002, 128 p. Traducción Paula Mahler. Disponível em: [file:///C:/Users/Casa/Downloads/dokumen.tips\\_antropologia-de-la-memoria-candau.pdf](file:///C:/Users/Casa/Downloads/dokumen.tips_antropologia-de-la-memoria-candau.pdf). Acesso em: 20/11/2022.
- COLLINS, Patrícia Hill. **Pensamento feminista negro**: conhecimento, consciência e política do empoderamento. São Paulo: Boitempo, 2019.
- CÔRTEZ, Conceição da Xavier, Giovana. Brancas de almas negras? beleza, racialização e cosmética na imprensa negra pós-emancipação (EUA, 1890-1930). 2012. Tese de Doutorado. [sn]. Disponível em: <https://repositorio.unicamp.br/acervo/detalhe/856177> . Acesso em: 21/04/2020.
- DA SILVA, Cibely Eugênia. SILENCIAMENTO E CONTRADIÇÃO NO DISCURSO DAS EMPRESAS DE COSMÉTICOS PARA CABELOS CACHEADOS E CRESPOS. Disponível em: [http://anaisdosead.com.br/8SEAD/POSTERES/POSTER%20E2\\_CSilva.pdf](http://anaisdosead.com.br/8SEAD/POSTERES/POSTER%20E2_CSilva.pdf). Acesso em: 08/08/2020.
- DA SILVA ANANIAS, Fernando Ferreira et al. Campanha Promocional: Linha de Cosméticos Étnicos Ponhinho. Disponível em: <http://www.portalintercom.org.br/anais/centrooeste2015/expocom/EX46-0117-1.pdf> . Acesso em: 08/08/2020.
- DE SOUZA SILVA, Elaine. Memória, Identidade e Audiovisual-a contribuição dos Videoblogs na resignificação do cabelo crespo. 2017. Disponível em: <http://www2.uesb.br/ppg/ppgmls/wp->

<content/uploads/2018/03/Disserta%C3%A7%C3%A3o-Elaine-de-Souza-Silva.pdf>.

Acesso em: 05/05/2020.

DAVILA, Fábio Costa; PERERA, Ana Amélia. A Cultura do Branqueamento como “Inclusão” dos Negros na Publicidade?.

DE OLIVEIRA, Luciana Xavier. Visões sobre o Movimento Black Rio: apontamentos teóricos sobre estilo, consumo cultural e identidade negra. **Animus. Revista Interamericana de Comunicação Midiática**, v. 14, n. 27, 2015. Disponível em: <https://periodicos.ufsm.br/animus/article/view/17870/pdf>. Acesso em 10/02/2020.

DE CAMARGO, Karina; DE MEDEIROS, Priscila Martins. A transição capilar nas mídias digitais: identificações em processo e representações em disputa. **Áskesis-Revista des discentes do Programa de Pós-Graduação em Sociologia da UFSCar**, v. 8, n. 1, p. 117-130, 2019. Disponível em: <https://www.revistaaskesis.ufscar.br/index.php/askesis/article/view/348>. Acesso em 25/09/2021.

DOMINGUES, Petrônio. Movimento negro brasileiro: alguns apontamentos históricos. **Tempo**, v. 12, p. 100-122, 2007. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/tem/a/yCLBRQ5s6VTN6ngRXQy4Hqn/>. Acesso em: 02/03/2023.

DOMINGUES, Petrônio. Fretenegrinas: notas de um capítulo da participação feminina na história da luta anti-racista no Brasil. **cadernos pagu**, p. 345-374, 2007. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/cpa/a/BxK3GdGdpbRc8XCygctTGcx/>. Acesso em: 02/03/2023.

EVARISTO, Conceição. **Becos da memória**. Pallas Editora, 2017.

FIGUEIREDO, Ângela (1994). Beleza pura: símbolos e economia ao redor do cabelo do negro. Monografia para a conclusão do curso de Ciências Sociais, Universidade Federal da Bahia.

FUNDAÇÃO CULTURAL PALMARES. Cresce o número de pessoas que se autodeclararam negras, segundo o IBGE. Disponível em: <https://www.palmares.gov.br/?p=21203> . Acesso em: 20/12/2022.

FRY, Peter. Estética e política: relações entre “raça”, publicidade e produção da beleza no Brasil. **Nu e vestido: dez antropólogos revelam a cultura do corpo carioca. Rio de Janeiro: Record**, p. 303-325, 2002.

GAMA, Fabiene. A autoetnografia como método criativo: experimentações com a esclerose múltipla. **Anuário Antropológico**, v. 45, n. 2, p. 188-208, 2020. Disponível em: <https://journals.openedition.org/aa/5872>. Acesso em: 30/01/2023.

GOMES, Larisse Louise Pontes. " **Posso tocar no seu cabelo?" Entre o liso e o crespo: transição capilar, uma (re) construção identitária?** 2017. 161f. Dissertação, Programa de Pós Graduação em Antropologia Social, Universidade Federal de Santa Catarina- UFSC, Florianópolis, 2017. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/xmlui/handle/123456789/183603> . Acesso em: 28/09/2020.

GOMES, Ana Paula Pereira. **Mídia e beleza negra: a mulher negra em propagandas televisivas de produtos de higiene e beleza.** 2007. 144 p. 2007. Tese de Doutorado. Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais)–Centro de Educação e Ciências Humanas, Universidade Federal de São Carlos, São Carlos. Disponível em: <https://repositorio.ufscar.br/handle/ufscar/13255>. Acesso em: 20/10/2021.

GOMES, Nilma Lino. Corpo e cabelo como símbolos da identidade negra. Disponível em: [http://titosena.faed.udesc.br/Arquivos/Artigos\\_textos\\_sociologia/Negra.pdf](http://titosena.faed.udesc.br/Arquivos/Artigos_textos_sociologia/Negra.pdf). Acesso em 21/06/2020.

GOMES, Nilma Lino. Alguns termos e conceitos presentes no debate sobre relações raciais no Brasil: uma breve discussão. In: BRASIL. Educação Antirracista: caminhos abertos pela Lei federal no 10.639/03. Brasília, MEC, Secretaria de educação continuada e alfabetização e diversidade, 2005. p. 39 – 62.

GONZALEZ, Lélia. 1988. “A categoria político-cultural de amefricanidade”. Tempo Brasileiro (Rio de Janeiro), nº. 92/93 (jan./ jun.): 69–82.

HIRANO, Luis Felipe Kojima et al. Marcadores Sociais das Diferenças: rastreando a construção de um conceito em relação à abordagem interseccional e a associação de categorias. **HIRANO, LFK,** 2019. Disponível em: [https://files.cercomp.ufg.br/weby/up/1249/o/marcadores\\_sociais\\_das\\_diferencas.pdf](https://files.cercomp.ufg.br/weby/up/1249/o/marcadores_sociais_das_diferencas.pdf). Acesso em: 30/01/2023.

hooks, bell. **Teoria feminista.** Editora Perspectiva SA, 2020.

hooks, bell. Olhares Negros: raça e representação. Trad. **Stephanie Borges.** São Paulo.

HALBWACHS, Maurice. A Memória Coletiva.[The Collective Memory]. **São Paulo: Vértice.(Originalmente publicado em francês em 1950),** 1990.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. Censo Demográfico 2010. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/>. Acesso em: 20/12/2022.

INSTITUTO COLOMBIANO DE ANTROPOLOGIA E HISTÓRIA. Nicole Lapiere: ¿Una antropología de la memoria y el olvido?. Youtube, 01 dez. 2014. Disponível em: [https://youtu.be/R7BYc3BAsOY?si=mARNoW\\_6SHdGRD5n](https://youtu.be/R7BYc3BAsOY?si=mARNoW_6SHdGRD5n). Acesso em 20 ago. 2023.

KILOMBA, Grada. **Memórias da plantação: episódios de racismo cotidiano.** Editora Cobogó, 2020.

LIPORACCI, Heitor Suriano Nascimento; SIMÃO, Daniela Guimarães. Levantamento etnobotânico de plantas medicinais nos quintais do Bairro Novo Horizonte, Ituiutaba, MG. **Revista Brasileira de Plantas Mediciniais,** v. 15, p. 529-540, 2013. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rbpm/a/M3vdqj5rwyCZGLhwcGsKfsb/?lang=pt&format=html>. Acesso 10/12/2022.

MOREIRA, Adilson. **Racismo recreativo.** Pólen Produção Editorial LTDA, 2019.

NASCIMENTO, Maria Beatriz do. **O conceito de quilombo e a resistência cultural negra**. In: RATTS, Alecsandro José Prudencio. Eu sou Atlântica: Sobre a Trajetória de Vida de Beatriz Nascimento. São Paulo: Imprensa Oficial / Instituto Kuanza, 2007. Disponível

em: <https://www.imprensaoficial.com.br/downloads/pdf/projetossociais/eusouatlantica.pdf>. Acesso em: 10/04/2021.

PINHEIRO, Viviane Alves. CACHOS: A NOVA ONDA DAS MARCAS: UM ESTUDO SOBRE A IDENTIFICAÇÃO DE MULHERES CRESPOS E CACHEADAS COM A PUBLICIDADE ATUAL. 2018. Disponível em:

[https://files.cercomp.ufg.br/weby/up/971/o/4\\_Cachos\\_-\\_a\\_nova\\_onda\\_das\\_marcas.pdf](https://files.cercomp.ufg.br/weby/up/971/o/4_Cachos_-_a_nova_onda_das_marcas.pdf). Acesso em: 21/04/2020

PRIMO, J.; BRAYNER, V. Nunca mais o Silêncio. Por uma política das memórias do feminino na resistência. **Museologia & Interdisciplinaridade**, [S. l.], v. 7, n. 13, p. 155–173, 2018. Disponível em: <https://periodicos.unb.br/index.php/museologia/article/view/17782>. Acesso em: 23 jun. 2021.

RANGEL, Larissa Sardinha. A COR DA PROPAGANDA: ANÁLISE SEMIÓTICA DAS PUBLICIDADES DESTINADAS A MULHERES BRANCAS E NEGRAS. **Anais do VII SAPPIL-Estudos de Linguagem**, 2016. Disponível em: <http://www.anaisdosappil.uff.br/index.php/VII-SAPPIL-Ling/article/viewFile/516/300>. Acesso em: 21/04/2020.

ROSA, Joyce Kathle Pereira. Subjetividade e redes sociais: um estudo da marca Tô de Cacho. 2018. Disponível em: <http://repositorio.bc.ufg.br/handle/ri/18274>. Acesso em: 21/04/2020.

RIBEIRO, Djamila. **O que é lugar de fala**. Pólen Produção Editorial LTDA, 2019.

SANT'ANA, Jonathas Vilas Boas de. A IMAGEM DA NEGRA E DO NEGRO EM PRODUTOS DE BELEZA E A ESTÉTICA DO RACISMO. **Revista Margens Interdisciplinar**, [S.l.], v. 11, n. 16, p. 18, jan. 2018. ISSN 1982-5374. Disponível em: <https://periodicos.ufpa.br/index.php/revistamargens/article/view/5391>. Acesso em: 21/04/2020.

SANTOS, Flávia Silva dos. A influência da propaganda de produto de cabelo no comportamento do consumidor feminino. 2010. Disponível em: <https://repositorio.uniceub.br/jspui/handle/123456789/1100>. Acesso em: 21/04/2020

SIMÕES, R. C.; SANT'ANNA, S. R. A Beleza dos Cabelos Crespos e Cacheados: um olhar a partir de uma Comunidade Virtual do Orkut. EnANPAD, 2010, 34o Encontro da ANPAD 25 a 29 de setembro de 2010 – Rio de Janeiro/RJ – Brasil.

SOUZA, Gabriel Morais de et al. Estratégias de marketing e comunicação para Lola Cosmetics. 2018. Disponível em: <http://dspace.unisa.br/bitstream/handle/123456789/297/UNISA%20-TCC%20FINAL.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 21/04/2020

WICHERS, C. A. de M. Museologia, Feminismo e suas ondas de renovação. **Museologia & Interdisciplinaridade**, [S. l.], v. 7, n. 13, p. 138–154, 2018. Disponível em:

<https://periodicos.unb.br/index.php/museologia/article/view/17781> . Acesso em:  
23/06/2021.

## **LISTA DE ANEXOS**

Modelo do Termo de Consentimento Livre Esclarecido



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL  
UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS  
PROGRAMA DE PÓS GRADUAÇÃO EM ANTROPOLOGIA  
SOCIAL



### TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO – TCLE

Você está sendo convidada a participar, como voluntária, da pesquisa intitulada "Cabelo BBB (bom, bonito e barato): Indústria, cabelos crespos e memórias de mulheres negras". Meu nome é Dágula da Silva Boaventura, sou a pesquisadora responsável e minha área de atuação é Ciências Sociais Aplicadas. Após receber os esclarecimentos e as informações a seguir, se você aceitar fazer parte do estudo, assinie ao final deste documento, que está impresso em duas vias, sendo que uma delas é sua e a outra ficará comigo. Esclareço que em caso de recusa na participação, em qualquer etapa da pesquisa, você não será penalizada de forma alguma. Mas se aceitar participar, as dúvidas sobre a pesquisa poderão ser esclarecidas pela pesquisadora responsável, via e-mail [daguilaboaventura@hotmail.com](mailto:daguilaboaventura@hotmail.com) e, através do seguinte contato telefônico: (62)9-93938220, inclusive com possibilidade de ligação a cobrar. Ao persistirem as dúvidas sobre os seus direitos como participante desta pesquisa, você também poderá fazer contato com o **Comitê de Ética em Pesquisa** da Universidade Federal de Goiás, pelo telefone (62)3521-1215, que a instância responsável por dirimir as dúvidas relacionadas ao caráter ético da pesquisa. O Comitê de Ética em Pesquisa da Universidade Federal de Goiás (CEP-UFV) é independente, com função pública, de caráter consultivo, educativo e deliberativo, criado para proteger o bem-estar dos/das participantes da pesquisa, em sua integridade e dignidade, visando contribuir no desenvolvimento da pesquisa dentro de padrões éticos vigentes.

O trabalho tem como objetivo geral pesquisar saberes ancestrais sobre os cuidados com os cabelos crespos que circulam entre negras, bem como o modo como esses saberes se relacionam com a indústria, e vice-versa. Você será entrevistada e para isso deverá reservar um período de aproximadamente duas horas, poderá ser menor que isso. Você tem direito ao ressarcimento das despesas decorrentes da cooperação com a pesquisa, inclusive transporte e alimentação, se for o caso, e a pleitear indenização em caso de danos, conforme previsto em Lei. Se você não quiser que seu nome seja divulgado, está garantido o sigilo que assegure a privacidade e o anonimato. As informações desta pesquisa serão confidenciais e serão divulgadas apenas em eventos ou publicações científicas. Essa pesquisa pode te expor a alguns riscos, tais como cansaço durante as entrevistas, tendo em vista que será online e as interlocutoras necessitará de estar frente a tela de um computador ou celular, poderá te acionar constrangimento psicológico ou gatilho emocional relacionado ao resgate das práticas sociais e individuais de cuidados com o cabelo crespo, uma vez que negras, inseridas em um contexto social em que predomina o racismo estrutural, podem reviver momentos potencialmente marcantes e dolorosos de situações de racismo com seus cabelos.

Os benefícios dessa pesquisa são pautados na contribuição de dar visibilidade as mulheres negras, enquanto consumidoras, profissionais e pesquisadoras, combatendo estereótipos de gênero e de raça, avançando nas discussões sobre consumo por parte dos negros, que vai contra o discurso do

---



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL  
UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS  
PROGRAMA DE PÓS GRADUAÇÃO EM ANTROPOLOGIA  
SOCIAL



mercado que sempre tendeu a duvidar da capacidade de negras/os de consumir produtos que seriam supostamente supérfluos para essa população considerada periférica. É de suma importância se construir uma antropologia fundamentada no conceito de lugar de fala, partindo da perspectiva decolonial, de superar o colonialismo imposto de quem pode falar. Quanto mais tivermos pesquisas construídas por sujeitos/as negras o debate sobre a relações raciais avançará, abrindo perspectiva para superação do racismo existente na sociedade.

Durante todo o período da pesquisa e na divulgação dos resultados, sua privacidade será respeitada, ou seja, seu nome ou qualquer outro dado ou elemento que possa, de alguma forma, identificar-lhe, será mantido em sigilo. No entanto, é importante frisar que existe um risco da perda de anonimato das participantes, ainda que seja mínimo, diante dos cuidados necessários tomados pela pesquisadora. Todo material ficará sob minha guarda por um período mínimo de cinco anos. Para condução da entrevista é necessário o seu consentimento de uma entrevista gravada via plataforma Meet, faça uma rubrica entre os parênteses da opção que valida sua decisão:

- (                    ) Permito a utilização de gravador durante a entrevista.  
(                    ) Não permito a utilização de gravador durante a entrevista.

As gravações serão utilizadas na transcrição e análise dos dados, sendo resguardado o seu direito de ler e aprovar as transcrições. Pode haver necessidade de utilizarmos sua voz em publicações. Faça uma rubrica entre os parênteses da opção que valida sua decisão:

- (                    ) Autorizo o uso de minha voz em publicações.  
(                    ) Não autorizo o uso de minha voz em publicações.

Pode haver também a necessidade de utilizarmos sua opinião em publicações, faça uma rubrica entre os parênteses da opção que valida sua decisão:

- (                    ) Permito a divulgação da minha opinião nos resultados publicados da pesquisa.  
(                    ) Não Permito a divulgação da minha opinião nos resultados publicados da pesquisa.

Pode haver também a necessidade de utilizarmos sua imagem em publicações, faça uma rubrica entre os parênteses da opção que valida sua decisão:

- (                    ) Permito a divulgação da minha imagem nos resultados publicados da pesquisa.  
(                    ) Não Permito a divulgação da minha imagem nos resultados publicados da pesquisa.



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL  
UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS  
PROGRAMA DE PÓS GRADUAÇÃO EM ANTROPOLOGIA  
SOCIAL



Solicito autorização para utilização dos dados em pesquisas futuras. Para validar sua decisão, faça uma rubrica entre os parênteses abaixo:

- (                    ) Permito a utilizar esses dados para pesquisas futuras.  
(                    ) Não Permito a utilizar esses dados para pesquisas futuras.

Declaro que os resultados da pesquisa serão tornados públicos, sejam eles favoráveis ou não.

#### 1.2 Consentimento da Participação na Pesquisa:

Eu, ....., abaixo assinado, concordo em participar do estudo intitulado "Cabelo BBB (bom, bonito e barato): Indústria, cabelos crespos e memórias de mulheres negras". Informo ter mais de 18 anos de idade e destaco que minha participação nesta pesquisa é de caráter voluntário. Fui devidamente informada e esclarecida pela pesquisadora responsável Dágula da Silva Boaventura sobre a pesquisa, os procedimentos e métodos envolvidos, assim como os possíveis riscos e benefícios decorrentes de minha participação no estudo. Foi-me garantido que posso retirar meu consentimento a qualquer momento, sem que isto leve a qualquer penalidade. Declaro, portanto, que concordo com a minha participação no projeto de pesquisa acima descrito.

Goiânia, ..... de ..... de .....

\_\_\_\_\_  
Assinatura por extenso da participante

\_\_\_\_\_  
Assinatura por extenso da pesquisadora responsável