

**UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DE PERNAMBUCO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CONSUMO, COTIDIANO E
DESENVOLVIMENTO SOCIAL – PGCDS
MESTRADO ACADÊMICO**

CLÁUDIA FERREIRA ALEXANDRE GOMES

IDENTIDADE NEGRA E O CONSUMO DE COSMÉTICOS AFRO

**Recife
2017**

CLÁUDIA FERREIRA ALEXANDRE GOMES

IDENTIDADE NEGRA E O CONSUMO DE COSMÉTICOS AFRO

Dissertação apresentada ao programa de Pós-Graduação em Consumo, Cotidiano e Desenvolvimento Social da Universidade Federal Rural de Pernambuco como requisito para obtenção do título de Mestra em Consumo, Cotidiano e Desenvolvimento Social, sob a orientação da Profa. Dra. Laura Susana Duque-Arazola.

Recife
2017

CLÁUDIA FERREIRA ALEXANDRE GOMES

IDENTIDADE NEGRA E O CONSUMO DE COSMÉTICOS AFRO

Dissertação apresentada ao programa de Pós-Graduação em Consumo, Cotidiano e Desenvolvimento Social da Universidade Federal Rural de Pernambuco como requisito para obtenção do título de Mestra em Consumo, Cotidiano e Desenvolvimento Social, sob a orientação da Profa. Dra. Laura Susana Duque-Arrazola.

Aprovada em 18 de abril de 2017

Banca Examinadora

Profa. Dra. Laura Susana Duque-Arrazola
Universidade Federal Rural de Pernambuco
Departamento de Ciências Domésticas - UFRPE
Presidenta

Profa. Dra. Denise Maria Botelho
Universidade Federal Rural de Pernambuco
Departamento de Educação - UFRPE
Examinadora Externa

Profa. Dra. Maria Alice Vasconcelos Rocha
Universidade Federal Rural de Pernambuco
Departamento de Ciências Domésticas - UFRPE
Examinadora Interna

Profa. Dra. Maria Salett Tauk Santos
Universidade Federal Rural de Pernambuco
Departamento de Educação - UFRPE
Examinadora Interna

À minha mãe com e por todo amor, respeito e admiração.
Para todas as pessoas que agem por um mundo socialmente
mais justo.

AGRADECIMENTOS

A gratidão é o único tesouro dos humildes.
William Shakespeare

Agradecer é um ato de reconhecimento e amor e neste momento tão especial quero agradecer a todas as pessoas que fizeram a diferença nesta etapa de minha vida.

Agradeço eternamente à minha mainha por sua dedicação plena, otimista e sempre amorosa.

À minha irmã amada Carla, por sua ajuda na realização da pesquisa de campo, por sua alegria e apoio diário.

Ao primo Flávio pelo suporte tecnológico para realização desta dissertação.

À minha querida orientadora Laura pelos momentos dedicados na orientação deste trabalho e por sempre me auxiliar na compreensão de teorias tão importantes para esta dissertação e para a vida.

Às brilhantes professoras do PGCDs da UFRPE por todo conhecimento construído ao longo do mestrado.

Às pessoas queridas que conheci nesta caminhada do mestrado, em especial a minha inesquecível turma.

Ao querido amigo do mestrado, Bruno Silvestre, por sua generosidade em compartilhar os melhores livros e artigos e também pela tradução dos meus resumos em inglês.

A Capes que financiou esta pesquisa.

Eu não estou mais aceitando as coisas que eu não posso mudar. Eu estou mudando as coisas que eu não posso aceitar.

Angela Davis

Se não puder voar, corra. Se não puder correr, ande. Se não puder andar, rasteje, mas continue em frente de qualquer jeito.

Martin Luther King

RESUMO

Esta dissertação tem como objetivo analisar o consumo de cosméticos afro e seus desdobramentos no reconhecimento e valorização social e identitário de mulheres negras. Caracteriza-se por ser uma pesquisa exploratória, de caráter qualitativo. Para a coleta de dados apoiou-se nas técnicas da observação in loco (lojas de cosméticos, salões de beleza afro, eventos voltados para a população negra - festas no Terreiro de Xambá e a Terça Negra), entrevistas semiestruturadas, com o uso de seus respectivos roteiros, além dos dados secundários levantados na pesquisa bibliográfica. Foram entrevistadas 15 mulheres que afirmaram-se negras, sendo 12 delas consumidoras de cosméticos afro e 3 donas de salões afro. As entrevistas ocorreram entre os meses de janeiro e fevereiro de 2017. Os dados e falas coletadas foram analisadas com apoio do método de análise do discurso, tendo em vista uma primeira aproximação à abordagem da categoria de Totalidade. A população negra por muito tempo ficou reduzida a práticas de consumo que garantissem sua sobrevivência própria e da sua família, mas ao longo das últimas décadas do século XXI, devido ao seu aumento do nível de escolaridade, de renda e das lutas dos movimentos sociais, foi possibilitada a ela sua inserção no mercado com outras práticas de consumo, como as de cosméticos afro. Considera-se então, que o estudo sobre a identidade negra e o consumo de cosméticos afro poderá contribuir não só para o desvelamento do preconceito e da discriminação racial as novas e reformuladas formas das contradições do capital e as relações de consumo, como também poderá ajudar a construir estratégias alternativas de ressignificação e valorização da negritude que possibilitem compreender a importância do corpo e dos cabelos na construção da identidade negra.

Palavras-chave: cabelo afro; consumo; cosméticos afro; identidade, população negra.

ABSTRACT

The aim of this dissertation is to analyze the consumption of Afro cosmetics and its consequences in relation to recognize black women's social and identity valorization. It is characterized as an exploratory, qualitative research. It was collected the data based on in loco observation techniques (cosmetology shops, afro beauty salons, events focused on the black population - parties in Xambá Umbanda Temple and Black Tuesday), semi-structured interviews with the use of their programs, besides the secondary data collected in the bibliographic research. It was interviewed 15 women who claimed to be black, 12 of them consumers of Afro cosmetics and 3 Afro salons owners. The interviews have happened between January and February in 2017. The data and speeches collected were analyzed with the support of the discourse analysis method, aiming at a first approximation to the Full category approach. The black population has had for a long time been reduced to consumer practices that guarantee their own survival and their families, but throughout the last decades of the 21st century, due to their increase in the level of education, income and struggles of social movements, it was made possible for it to be inserted in the market with other consumption practices, such as Afro cosmetics. It is therefore considered that the study of black identity and the consumption of Afro cosmetics could contribute not only to the unveiling of prejudice and racial discrimination, but also to the new and reformulated forms of capital contradictions and consumer relations to construct alternative strategies of re-signification and valorization of negritude which make possible to understand the importance of the body and the hair in the construction of the black identity.

Keywords: afro hair; consumption; afro cosmetics; identity, black population.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	10
Problematização e Problema de Pesquisa	15
Objetivos	19
Procedimentos Metodológicos.....	19
CAPÍTULO I – COLONIALISMO, ESCRAVIDÃO E MOVIMENTO NEGRO	27
1.1 Colonialismo e escravidão africana: discutir é preciso	27
1.2 Raça e racismo na sociedade capitalista	33
1.3 Os movimentos sociais.....	37
1.3.1 Movimento Negro Americano: a luta por direitos civis.....	40
1.3.2 O Movimento Negro no Brasil: uma discussão.....	45
1.3.3 Feminismo negro: a luta contra o silêncio das invisíveis	51
1.3.3.1 – Uma breve reflexão sobre o movimento de mulheres negras	54
CAPÍTULO II – IDENTIDADE RACIAL E O MITO DEMOCRACIA RACIAL	57
2.1 Identidade e negritude: os campos de construção	57
2.2 Mito da democracia racial no Brasil: desconstruindo a falácia	62
2.3 Corpo e beleza na sociedade de consumo	66
2.3.1 Corpo e cabelo como símbolos de identidade e beleza	69
2.3.1.2 Tipos de cabelo: como identificar o seu	72
CAPÍTULO III – SOCIEDADE CAPITALISTA E DE CONSUMO: ALGUMAS REFLEXÕES INICIAIS	77
3.1 Sociedade capitalista: origem e contextualização	77
3.2 Sociedade de consumo	82
3.3 A indústria dos cosméticos: entre identidade e nicho de mercado	88
CAPÍTULO IV – BELEZA NEGRA E O CONSUMO DE COSMÉTICOS AFRO: O DISCURSO DAS MULHERES NEGRAS	96
4.1 Caracterização das mulheres entrevistadas.....	97
4.2 Mulheres negras e seus discursos	99
À GUIA DA CONCLUSÃO	140
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	143
APÊNDICES	155

INTRODUÇÃO

A presente dissertação de mestrado stricto sensu do Programa de Pós-Graduação em Consumo Cotidiano e Desenvolvimento Social - PGCDs da Universidade Federal Rural de Pernambuco – UFRPE reflete os instigantes desafios que me incitaram conhecer e entender, desde quando cursava a Graduação do Curso de Economia Doméstica/UFRPE, as vivências de ser negra/negro numa sociedade patriarcal, classista e racista como a brasileira. Minha monografia de graduação, intitulada *Relações Raciais e de Gênero na Universidade Pública: o caso da Universidade Federal Rural de Pernambuco* tratou disto nos espaços da universidade.

Ao entrar no PGCDs quis estudar e aprofundar-me nos estudos do consumo voltados para a cotidianidade do ser negra/negro, objeto de simbologias negativas, como o bullying, vivenciadas por negras/negros diariamente, desde crianças, principalmente pelas meninas, que desde cedo percebem que não são vistas como iguais à criança branca, muito disso devido a seu cabelo crespo, “pixaim” ou afro, o qual são levadas a esconderem, prenderem ou alisarem como envergonhando-se de tê-lo.

Contudo, na chamada sociedade de consumo, tipicamente uma sociedade capitalista, no contexto da crise estrutural global do capital, o avanço da cultura do consumo dá-se em todas as camadas das classes sociais dos países periféricos ou dependentes. Nelas, nos últimos anos do presente século XXI, o capital tem criado, através da indústria de cosméticos, um novo nicho de mercado, aparentemente contraditório à cultura racista, hegemônica nos países de escravatura negra, entre eles o Brasil. Nicho este, vinculado à indústria de cosméticos afro, voltado principalmente para as mulheres negras, sem excluir nisso os homens negros, atingindo assim, uma população em que predominam as famílias negras e pauperizadas, bem como os de amplos setores da nova classe trabalhadora, como os caracteriza Marilena Chauí. Entre eles o hoje chamado eufemisticamente de a nova classe média.

O século XX foi um século em que, como sintetiza Jurema Dantas (2011), o corpo revelou-se ainda mais historicamente construído segundo a cultura da época, com novas formas de controle e de intervenções biotecnológicas passando a adquirir características definidoras de estilos de vida cada vez mais associados à vida urbana, aos processos de desenvolvimento urbano, expandidos com a globalização.

Não é por acaso, no caso do Brasil, o surgimento de um dos símbolos comerciais mais explorados pela indústria do turismo no Brasil: a mulata¹.

Nesse contexto da sociedade capitalista contemporânea, em que se impõem, cada vez mais, desde o desenvolvimento da indústria brasileira por substituição de importações, práticas de consumo condizentes com a vida urbana, e seus estilos de vida. Um desses estilos de vida toma o corpo, a beleza, a aparência e a autoapresentação como estratégia econômica de fazer sucesso em um Brasil urbano, liberado, moderno, de ricas simbologias, “racialmente democrático”, porém mantendo latente um “silencioso racismo”, segundo Mylene Mizrahi (2015).

Referindo-se a uma pesquisa realizada por esta autora no Rio de Janeiro com mulheres negras do funk, que dá destaque a seus cabelos, a autora considera que esse processo, comumente vinculado à tradicional associação pobreza-raça, destaca nesse grupo uma outra dimensão (significação) no uso dos cabelos e seu modo de expô-los com seu penteado, emergindo nesse uso “um elemento potencialmente facilitador da circulação pela cidade” (MIZHARI, 2015, p. 32).

Contemporaneamente, em pleno auge da cultura e das práticas de consumo, de novos estilos de vida urbanos², o(s) movimento(s) negro(s) brasileiro, têm levado à frente o processo de afirmação da negritude para uma maioria de homens negros e mulheres negras brasileiros/as. Suas lutas por direitos e pelo reconhecimento da igualdade entre as classes, raças e etnias, conquistaram, entre outras, a criação da Secretaria de Políticas de Promoção pela Igualdade Racial³ em 21 de Março de 2003.

Embora o projeto de pesquisa da presente dissertação não teve como objeto a questão urbana na Região Metropolitana de Recife/RMR, desde uma perspectiva dialética à categoria totalidade, à qual a presente dissertação visa aproximar-se, insere este estudo no bojo de uma das expressões que materializam a questão urbana, quer dizer, os modos de vida urbana e sua relação com o consumo contemporâneo. Ou seja, uma das materializações desse concreto e suas múltiplas determinações (cf MARX, [1857]; 1973; NETTO 2011). Esta é uma das problemáticas vinculadas ao presente estudo, o que afirma seus vínculos com o Projeto de Pesquisa: *Questão Urbana e a Sociedade de*

¹ Para carnavais, turismo sexual, propaganda de cerveja, entre outros mais. Para mais informações ver CORRÊA, Mariza. Sobre a invenção da mulata. Cadernos Pagu. 1996. P.35-50.

² Conceito lançado por Georg Simmel e Max Weber, mas foi desenvolvido a partir da noção de estetização da vida, discutida por filósofos como Hegel e Kierkegaard. Weber associou os estilos de vida a padrões de consumo dos *grupos de status* (BURKER, 2008).

³ A SEPPIR foi criada logo no primeiro ano do primeiro Governo Lula 2003 – 2010, mantendo-se também no Governo Dilma (2011 – até 12/05/2016 – data em que é afastada da Presidência da República em nome de um impeachment, considerado *golpe* pelo PT e partidos aliados.

*Consumo Contemporânea*⁴ (DUQUE-ARRAZOLA, 2015).

A estrutura social do Brasil tem sido marcada por um contexto de subjugação da população negra - seja de trabalhadores/as empregados/as, precariamente empregados/as ou desempregados/as, resultado de sua história escravagista desde os tempos da colonização brasileira, o que se traduziu, também, nos espaços urbanos ocupados por essa população e na ausência ou precariedade dos equipamentos de consumo coletivo, como por exemplo, da infraestrutura de moradia e saneamento da maioria dos membros da classe trabalhadora, entre eles, os/as negros/negras.

Temos assim que na sociedade capitalista contemporânea as relações sociais de origem escravocrata imbricam-se dialeticamente com as relações de classe e de gênero e reproduzem também, as relações sociais raciais, constitutivas da dinâmica da sociedade brasileira de capitalismo periférico chamada também de sociedade de consumo.

Nesse contexto de desigualdades sociais estruturantes e apesar dos/das negros/as comporem mais da metade da população brasileira e da classe trabalhadora, dada a precariedade de suas condições de vida, não aparecia visibilizada como consumidora nos mercados modernos: magazines, hipermercados, shoppings centers, entre outros mais. No entanto, com a fidelização dos cartões de créditos das lojas e suas múltiplas parcelas de pagamento por crédito, parte das famílias dessas/desses trabalhadoras/es tiveram acesso a esses cartões.

Até a chegada desses cartões os/as trabalhadores/as informais, sobretudo as mulheres negras, viam-se impedidas/os de práticas de consumo nesses mercados modernos, afetando assim a grande maioria dos/das trabalhadores/as negros/as. Suas práticas de consumo eram primordialmente relacionadas à reposição diária de suas necessidades básicas de reprodução e sobrevivência da família, diferenciando-se de um setor significativo dos/das trabalhadores/as formais.

As famílias negras trabalhadoras – empregadas ou não - estão inseridas na sociedade de consumo. Nelas o capital tem transformado tudo em mercadoria. Enquanto trabalhadoras/es e também enquanto compradoras/es dos bens para a reprodução ou sobrevivência, não deixavam de sonhar e desejar outros bens de consumo, apesar de suas limitações de acesso pelos baixos salários e/ou remuneração.

⁴ *Questão Urbana e a Sociedade de Consumo Contemporânea (2015-2017)* Coordenado pela Prof^a Laura Duque-Arrazola e vinculado ao Núcleo de Estudos e Pesquisa sobre a Mulher - NUPEM do Departamento de Ciências Domésticas - DCD da Universidade Federal Rural de Pernambuco - UFRPE. Projeto de Pesquisa do qual participaram estudantes de graduação de Economia Doméstica do Programa de Iniciação Científica PIBIC-PIC/CNPq/UFRPE.

Ao longo do século passado por décadas e mais décadas, o acesso às compras dava-se nas feiras e mercados tradicionais, exercitando um consumo restrito às necessidades básicas. Até porque, como explica Livia Barbosa (2006) consumir, seja para a satisfação de necessidades básicas ou supérfluas, é uma atividade presente em toda e qualquer sociedade humana.

Todavia, caracterizado o consumo contemporâneo como cultura, a sociedade de consumo materializa essa forma de cultura, ou seja, a cultura do consumo a qual atinge ou envolve as diferentes frações e camadas das classes sociais, segundo seus pertencimentos raciais e de gênero, entre outros (Baudrillard, 1995); (Lívia Barbosa, 2006); (Canclini, 2006); (Valquíria Padilha, 2006).

Jean Baudrillard (1995, pág.11) afirma que: “O consumo surge como modo ativo de relação, como modo de atividade sistemática e de resposta global, que serve de base a todo sistema cultural”.

Precisamente, Valquíria Padilha (2006) caracteriza a sociedade contemporânea pela cultura de consumo, o que significa dizer que as compras de bens materiais não são apenas para a satisfação das necessidades básicas, são também consumo de imagens e de valores. A autora explica ainda que na atualidade as relações humanas são sempre mediadas por coisas, e os sentimentos são materializados, para que haja felicidade para os/as cidadãos/as consumidoras/es.

Néstor Garcia Canclini (2006) considera que o consumo envolve aspectos políticos da cidadania, a qual manifesta-se também nas relações de consumo. Para Garcia Canclini (2006), as mudanças na maneira de consumir alteram as formas de sermos cidadãos. Isto porque, segundo o referido autor o consumo serve para pensar, consequentemente a cidadania também. Para esse autor o consumo é muito importante para entender os/as cidadãos/ãs, porque a participação social é, em grande parte, organizada através do consumo. Canclini, (2006, p.60) define consumo como:

[...] "conjunto de processos socioculturais em que se realizam a apropriação e o uso de produtos. Essa caracterização ajuda a enxergar os atos pelos quais consumimos como algo mais do que simples exercícios de gostos, caprichos e compras irrefletidas, segundo os julgamentos moralistas, ou atitudes individuais".

Conforme esses/as autores/as, o consumo mesmo materializado nos bens ou objetos de consumo – mercadorias – é um processo prático simbólico que articula coisas e seres humanos, e estas coisas são também um valor-signo como diria Jean Baudrillard (1995, p. 11) servindo então o consumo como “base a todo sistema cultural”. Através dele, a cultura expressa princípios, estilos de vida, ideais, categorias, identidades sociais e projetos coletivos. Nessa perspectiva em que o consumo se sintetiza no simbólico e

mais diretamente focado, Everardo Rocha (2008), entende que o estudo do consumo se impõe como uma chave fundamental para a compreensão da sociedade contemporânea e salienta os seguintes pontos:

"O primeiro é que o consumo é um sistema de significação e a principal necessidade que supre é uma necessidade simbólica. O segundo é que o consumo é como um código, através do qual são traduzidas muitas das nossas relações sociais. O terceiro é que este código, ao traduzir relações sociais, permite a classificação de coisas e pessoas, produtos e serviços, indivíduos e grupos" (ROCHA, 2008, p. 8).

Abordando de outro modo a questão do consumo, Luiz Matta (2005) traz posições contestadoras de afrodescendentes ou negros/negras brasileiros/as, que consideram que o mercado de consumo brasileiro dos últimos anos está marcadamente estratificado.

Integrantes da sociedade brasileira os setores sociais subalternizados pela classe, gênero, raça, etnia, entre outros, mobilizam-se e organizam-se segundo seus complexos e contraditórios momentos históricos face às relações sociais desiguais e de poder que os caracterizam.

A integração social de negras/os no Brasil colônia, império e república, seja como escravizadas/os, libertas/os ou cidadãos/os, no que diz respeito às suas relações com a sociedade e poderes públicos governamentais/Estado brasileiro, têm sido contraditórias, desiguais e conflitantes - sobretudo com as mulheres negras.

A luta contra a dominação, exploração, discriminação racial, de classe e gênero tem levado ao surgimento de diferentes movimentos históricos de lutas sociais e políticas, o que na estrutura do país acabou por provocar a busca de identidade e pertencimento de ser negra/o pelos grupos que estão representando essa população.

Dentro da sociedade brasileira ações consensualmente aglutinadoras marcam identificações e pertencimentos afro, a exemplos da música, comidas, festividades, relacionamentos interpessoais, profissionais e entre a própria beleza negra afro-brasileira. Essas ações aos poucos revelam o reconhecimento positivo das contribuições da população negra ao país.

Esse processo incorpora também, as mudanças sociais ocorridas no Brasil, dentre elas as relacionadas ao sistema educativo nacional e os programas de política social que em nível do ensino fundamental, médio e superior, têm dado condições à população negra - masculina e feminina - de ingressar nas universidades, empregar-se qualificadamente em outros ramos da produção, do mercado e dos serviços como força de trabalho qualificada, indo além dos tradicionais trabalhos manuais.

A incorporação de negros e negras em outras instâncias da estrutura social brasileira, significadas como lugares de status, a exemplo das artes, dos lugares na mídia, das universidades (principalmente as Federais), dos altos cargos públicos e privados, das melhoras urbanas de moradia e infraestrutura nos bairros com melhor infraestrutura, etc. tudo isso tem levado o mercado, em particular o da indústria de cosméticos afro, a expor a beleza negra como um bem de valor sob a lógica do capital, conforme insinuado. O que contraditoriamente, frente ao racismo brasileiro, essa exposição ao mesmo tempo permite perceber e reconhecer essa beleza por pessoas negras e não negras.

Revela-se nesse nicho de mercado um “reconhecimento “personificado na raça negra”, pois agora sendo consumidoras/es de bens da indústria de cosméticos afro recebem atenção da não só da indústria, mas do comércio, centros de beleza, entre outros.

As/os consumidoras/es negras/os estão sendo contempladas/os em suas diferenças raciais nos cabelos, na cor e nas características da pele, um exemplo dessa mercantilização por sua vez, contraditória, é o reconhecimento da beleza negra, é a presença no mercado das diversas linhas de produtos de higiene pessoal, cosméticos, salões afro e de beleza em geral, específicos para negras e negros.

Problematização e Problema de Pesquisa

Conforme o exposto na problematização inicial esta pesquisa destacou a importância do cabelo e a cor da pele na construção da identidade negra bem como sua importância na maneira como as mulheres negras se vêem e como imaginam que são vistas pela sociedade.

Para essas mulheres, o cabelo não deixa de ser uma forte marca identitária e, em algumas situações, e para as/os racistas continua sendo visto como marca de inferioridade, igualmente para as mulheres e homens negras/os que não se assumem como tais.

O cabelo, objeto de constante insatisfação, principalmente das mulheres, é visto também por outras mulheres negras, como vivência da negritude, assumindo-os como uma expressão de identidade, o que se capta nos espaços onde foi realizada a pesquisa (festas afro e salões de beleza afro), no sentido de uma revalorização racial, além dos frutos dessa mercantilização para o capital.

Ao falarmos sobre corpo e cabelo, inevitavelmente, nos aproximamos da discussão sobre identidade negra. Essa identidade é compreendida nesta dissertação como um processo que não se dá apenas no olhar de dentro, da/do própria/o negra/o sobre si

mesma/o e seu corpo, mas também em relação ao olhar da/do outra/o, de quem está fora. Nessa relação um ícone identitário sobressai: o cabelo crespo, presente em mulheres e homens negros, em que a mestiçagem branca se faz presente na pele, mas não nos cabelos.

A investigação em que se embasa esta dissertação insere-se na linha de pesquisa Cultura do Consumo, do Programa de Pós-graduação em Consumo, Cotidiano e Desenvolvimento Social da UFRPE.

Considerando que as relações de consumo também são relações sociais e que as relações sociais também são expressas nas relações de consumo, pode-se pensar que o uso de alguns produtos (como os cosméticos afro) por parte da população negra, em relação a expressões racistas discriminatórias sofridas, principalmente pelo cabelo, são expressões das relações sociais raciais brasileiras.

Mudanças de postura cultural estão refletindo-se imbricada e contraditoriamente no mercado de consumo brasileiro de bens e serviços. Uma expressão dessas mudanças culturais refere-se à cultura do consumo, envolvendo a população negra como foco de muitos setores do mercado de consumo no Brasil, em particularmente o de higiene e beleza, tanto pelo seu uso e significações relacionadas com a valorização da negritude, quanto pela relação beleza e poder de compra (MIZRAHI, 2015). A diversidade cultural brasileira começa a ser reconhecida de forma mais ampla, abrangendo a diversidade étnica e de gênero.

Segundo Stuart Hall (2005), uma das principais expressões da globalização, é a mercantilização da etnia e da alteridade nas relações sociais. Isso ocorre, pois na sociedade contemporânea, a fluidez e hibridização das identidades provocam fascinações com as percepções de diferenças e, é esta dinâmica dialética que retoma as discussões sobre a raça/etnia, sendo refletida no mercado de consumo através de estratégias de segmentação que exploram as diferenças locais e globais.

Estudos desenvolvidos sobre o comportamento do consumidor têm apresentado os objetos étnicos e a etnia como categorias que têm forte influência nas decisões de consumo dos indivíduos (SOARES, 2002). No entanto, no Brasil, apesar da população negra apresentar forte influência cultural e representação demográfica no país, poucas pesquisas têm sido desenvolvidas no intuito de compreender como a dinâmica cultural brasileira influencia a dinâmica mercadológica do país, bem como o comportamento dos consumidores.

Sansone (1998) e Barbosa (2006) consideram que uma categoria negada aos/as negros/as é o status de consumidores/as e, durante muito tempo, o consumo foi um fenômeno do mercado brasileiro, do qual esta população era “excluída”.

Pode-se dizer que devido ao acesso a um maior nível de educação e de renda, negros e negras passaram a ser observados/as não tão somente como indivíduos que sobrevivem, mas que também consomem (SOARES, 2002). No entanto, no âmbito da amostra desta pesquisa, pode-se perceber que o poder aquisitivo das mulheres negras entrevistadas (exceto pelas donas de salões afro) ainda é muito baixo, condicionando o consumo dos bens e cosméticos afro desejados.

No caso do mercado de consumo brasileiro, Nilma Lino Gomes (2003) discute a construção dos sentidos e as ressignificações culturais dos cabelos crespos dos/das negros/as tendo como pano de fundo as relações raciais brasileiras.

De acordo com a autora, as estratégias de manipulação dos cabelos pelas mulheres negras ocorre no sentido de reverter as representações negativas dessa população, onde os estigmas (cabelo ruim,) são transformadas em salões afro, em símbolos do orgulho negro.

Segundo Livia Barbosa (2006), aproximadamente 25% da classe média brasileira é composta por não brancos, onde a população negra correspondente a essa esfera social, constitui um mercado em que o poder de compra movimenta cerca de R\$ 46 bilhões ao ano, gastos com produtos específicos para esses/as consumidores/as, denominados produtos étnicos, já que são específicos às etnias negras.

Como resultado dessa composição socioeconômica, houve a formação de oferta de bens de consumo específicos a esta população, considerando as suas distinções de outros grupos sociais, como lócus de construção de símbolos, de representação e percepção de mundo.

O estudo do padrão de consumo dos negros e negras no Brasil, como assinala Barbosa (2006), tem o intuito de compreender o papel das dimensões das práticas de consumir em sua estratégia de ascensão social e de sua reprodução como grupo, através das representações e de seu comportamento, enquanto consumidores.

O setor das indústrias de higiene pessoal, perfumaria e cosméticos é onde está a categoria de bens mais valorizados pelos/as consumidores/as negros/as (LAMONT; MOLNAR, 2001; SOARES, 2002).

Segundo dados disponibilizados pela ABIHPEC (2008), os bens de consumo voltados especificamente à população negra no Brasil cresceram aproximadamente 106% nos últimos anos, sendo que a indústria cosmética foi a que mais expandiu neste setor no

país, movimentando bilhões em negócios. Estes produtos vão desde xampus, sabonetes, maquiagens a adesivos para curativo, onde se destacam os produtos para cabelos crespos, que correspondem a aproximadamente 1% do setor de higiene pessoal, cosméticos e perfumaria como um todo.

Como discute Strozenberg (2005), a disponibilização de bens de consumo específicos aos/as negros/as, ou mesmo a presença desse público nos processos de comunicação das organizações, também pode ser entendida como uma extensão dos produtos na medida em que também os comunica à população branca. É um discurso de multiculturalismo ou de “politicamente correto” expresso neste tipo de ação de mercado, das práticas de consumo que posicionam a marca nesse contexto com uma imagem positiva, trazendo consigo e visibilizando uma das expressões das contradições da sociedade capitalista contemporânea, também chamada de sociedade de consumo e se tratando de um processo de mercado envolvendo a população negra, quantitativamente a que constitui a maior parte dos membros da classe trabalhadora precarizada, é um processo que imbrica as contradições de classe-gênero-raça.

Tendo em vista que os movimentos negros organizados fortaleceram sua representatividade na mídia e na construção de políticas específicas às suas necessidades, acabaram por influenciar a mudança da postura de negligenciar os/as negros/as nas estruturas mais representativas do Brasil. Essa mudança de postura cultural se refletiu no mercado de consumo e como resultado temos atualmente negros e negras como foco de muitos setores de mercado no país, em especial de higiene e beleza.

Dessa forma, na medida em que esses grupos conquistam novos posicionamentos sociais, influenciam diretamente na demanda de produtos e serviços no mercado de consumo, pois seus hábitos e valores passam a influenciar um número maior de consumidores/as.

Face ao exposto, **o problema de pesquisa** da investigação que embasa a presente dissertação consistiu saber: *De que modo o consumo de cosméticos afro se constitui numa mediação da identificação e valorização racial da negritude?*

Pesquisa e estudo que se justificam pelas contribuições e desvelamentos sobre os significados que as práticas de consumo de cosméticos afro por negras/negros trazem e contribuem para a valorização da identidade negra.

Objetivos

Geral:

Analisar o consumo de cosméticos afro e seus desdobramentos no reconhecimento e valorização social e identitário de mulheres negras.

Objetivos Específicos:

- Verificar os motivos que levam as mulheres negras a consumirem produtos de beleza específicos para seu grupo racial;
- Identificar no consumo de cosméticos “racialmente” específicos para a população negra sua contribuição para a afirmação de sua identidade;
- Analisar a relação das práticas de consumo dos cosméticos afro e o status entre as mulheres negras;
- Compreender as representações sociais que as mulheres negras têm sobre seu cabelo e sua pele para o consumo de cosméticos afro.

Procedimentos Metodológicos

A pesquisa realizada foi uma investigação de caráter exploratório e qualitativo (MINAYO, 2009).

Os propósitos de uma pesquisa exploratória visam familiarizar-se com um assunto ainda pouco conhecido ou pouco explorado. Ao final de uma pesquisa exploratória será possível conhecer mais sobre aquela problemática, e segundo a abordagem assumida, construir hipóteses que podem ampliar os conhecimentos a respeito. Como qualquer exploração, busca realizar um processo de descoberta.

A pesquisa, seja do tipo exploratório ou não, depende também da intuição e criatividade da pesquisadora/or, como explica Suely Deslandes, (2009).

Para o caso da pesquisa em questão, esse trabalho artesanal intelectual manifestou-se na concretização dos contatos com as mulheres, vistas como sujeitos da

pesquisa desta dissertação. Ou seja, para possibilitar o contato com 15 mulheres que se afirmam e reconhecem-se como negras, com seus cabelos crespos/cacheados, sendo doze (12) delas consumidoras de cosméticos afro (mulheres com idades entre 19 e 31 anos, cuja renda varia entre R\$400,00 e R\$1.500,00) e três (3) donas de salões de beleza afro na Região Metropolitana de Recife (Olinda, Paulista e Recife) com idades entre 49 e 54 anos e renda de R\$2.000,00 a R\$5.000,00.

A princípio, o ambiente pensado para a realização das entrevistas seriam 3 salões de beleza afro localizados na Região Metropolitana do Recife, no entanto, devido a dinâmica operante dos salões de beleza, a realização das entrevistas nos salões só foi possível com as três donas dos salões afro. As donas de salão marcavam o dia e a hora da entrevista, tendo muitas vezes que reagendá-las, pois afirmavam não estar com tempo.

Diante da dificuldade na realização das entrevistas, tive a ideia de fazer uso de alguns dos serviços dos salões afro (hidratação capilar, manicure, corte), pois assim o tempo de trabalho para elas, seria o tempo da entrevista para mim, o que diminuiria as chances de receber uma negativa por parte das donas de salões afro. Usando os serviços do salão, eu deixava de ser apenas uma pesquisadora e tornava-me uma cliente/consumidora do espaço e seus serviços. Deste modo foi possível realizar as entrevistas com as três (3) donas de salões afro.

Igualmente, com as outras doze (12) mulheres da amostra, consumidoras de cosméticos afro, também não foi possível realizar as entrevistas nos salões, pois as mulheres negras que estavam fazendo uso de algum serviço no salão, mostraram muita resistência para participar da entrevista. Pode-se pensar que sentiram-se incomodadas por tocar em um assunto tão subjetivo, íntimo, delicado/doloroso. Estas mulheres, diante de todas as dificuldades e de todos os preconceitos/discriminações vividas, estavam no salão apenas querendo aproveitar o pouco de descanso, cuidados recebidos e lazer que a elas estava sendo possível desfrutar.

Diante desse cenário buscou-se como alternativa, realizar as entrevistas com doze (12) consumidoras de cosméticos afro em eventos voltados para a população negra (Festa do Terreiro de Xambá⁵ e a Terça Negra⁶), pois seria grande a probabilidade de

⁵ A Tradição Xambá é uma forma de religiosidade afro-brasileira que foi importada para o Recife no início do século XX (entre as décadas de 1910-1920). Sendo assim, sua tradição em terras pernambucanas teve que ser reinventada de outra forma. O terreiro atualmente se localiza na Rua Severina Paraíso da Silva, 65 no bairro de São Benedito, denominado Portão do Gelo, em Olinda – PE. A Sociedade Africana Santa Bárbara de Nação Xambá, também é conhecida como Terreiro de Xambá ou Ilê Axé Oyá Meguê. Sobre isso ver: OLIVEIRA, Jéssica; CAMPOS, Zuleica. Tradição e resistência no terreiro xambá: o resgate de uma herança. IV Colóquio de História: Abordagens Interdisciplinares sobre História da Sexualidade de 16 a 19 de

encontrar o público-alvo desejado (mulheres que se afirmam como negras, que fazem uso de cosméticos afro e que não fossem envolvidas em movimentos sociais).

A pesquisa realizada foi qualitativa, pela particularidade que a caracteriza: uma relação dialógica com os sujeitos da mesma. Como explica Adrián Scribano (2008) a fala desses sujeitos (entrevistas, grupos focais, entre outros) é o fundamento empírico relevante em relação à realidade em estudo. Não sendo assim, a quantificação dos dados da realidade em estudo, os quais são entendidos como elementos indicativos da problemática. Diferentemente deles, a fala, o discurso, revelam as significações, valorizações e representações sociais dos sujeitos.

Entretanto a presente pesquisa é também uma pesquisa exploratória, posto que com ela início uma aproximação à pesquisa com vistas à perspectiva metodológica do método dialético, por isso mesmo também histórico, em que a categoria Totalidade torna-se fundamental para apreender e conhecer a realidade concreta, como explica Karel Kosik (1967, p. 55-56)

"Totalidade significa: realidade como um todo estruturado e dialético, pode ser compreendido racionalmente qualquer fato (classes de fatos, conjunto de fatos). Reunir todos os fatos não significa ainda conhecer a realidade, e todos os fatos (juntos) não constituem ainda a totalidade.(...) Sem a compreensão de que a realidade é totalidade concreta, que se converte em estrutura significativa para cada fato ou conjunto de fatos, o conhecimento da realidade concreta não deixa de ser algo mítico ou a coisa incognoscível em si.

No entanto, a pesquisa realizada foi um desafio constante nessa aproximação de incorporar a perspectiva de totalidade, segundo a abordagem dialética do pensamento crítico marxista, que considero permitir compreender mais profundamente nosso objeto de pesquisa⁷ e as contradições do capital na sociedade contemporânea de consumo, que o

Novembro de 2010. Disponível em: <http://www.unicap.br/coloquiodehistoria/wp-content/uploads/2013/11/4Col-p.692.pdf>. Acesso em 19/05/17.

⁶ A Terça Negra é um projeto proposto pelo Movimento Negro Unificado-PE, iniciado no ano de 2000, quando o MNU-PE era coordenado por Arnaldo Vicente da Silva Filho (Nado), Mano Silva e Adeildo Leite Araujo. Arnaldo Vicente (Nado) informou que a inspiração veio da Terça da Benção, evento que aglutina milhares de pessoas no bairro do Pelourinho em Salvador todas as terças-feiras e que na década de 1980 era reduto de militantes e artistas negros (PINHO,1998). A partir disso viu-se a necessidade de criar um espaço, que trouxesse as entidades negras para a mídia, ou seja, a necessidade de criar um espaço negro no bairro de Recife. Em primeira mão, o projeto da Terça Negra foi apoiado pelos afoxés Ilê de Egba, Oxum Pandá e Ara Ode, bem como pelos blocos afro Raízes dos Quilombos e Obá Nijé. Também contribuíram: militantes, ex-militantes do MNU-PE e alguns parlamentares que ajudavam financeiramente para garantir o transporte para os grupos participarem e para o aluguel do som. A respeito disso ver: QUEIROZ, Martha. Para além do carnaval: O Movimento Negro na cena cultural na cidade do Recife. Anais do XXVI Simpósio Nacional de História – ANPUH • São Paulo, julho 2011. Disponível em: http://www.snh2011.anpuh.org/resources/anais/14/1313018305_ARQUIVO_MarthaRosaANPUHCOMPLET_O10ago.pdf Acesso: 19/05/17.

⁷ A definição do objeto de pesquisa, assim como a opção metodológica, constituem um processo tão importante para o/a pesquisador/a quanto o texto que ele/ela elabora ao final. De acordo com Brandão (2000), a tão afirmada, mas nem sempre praticada, "construção do objeto" diz respeito, entre outras coisas, à capacidade de optar pela alternativa metodológica mais adequada à análise daquele objeto.

exprimem no bojo da imbricação dialética raça-gênero-classe social no ambiente urbano da sociedade capitalista contemporânea de consumo.

Objeto de pesquisa que se configura na relação das práticas de consumo de mulheres negras e sua identidade racial mediada pelas significações e valorização do cabelo crespo, pixaim, cacheado, uma das marcas raciais historicamente discriminatórias das/dos negras/os. Todavia, essa dialética exprime, também, a expressão de resistência político-racial da negritude.

Esta abordagem foi escolhida por permitir captar e explicar expressões de transformação, de mudanças – valorações, o desvelamento das aparências da realidade, suas particularidades e singularidades podendo ser explicadas no bojo da realidade concreta, de seu processo histórico, contraditório, num complexo de múltiplas determinações, permitindo sair do caos da realidade empírica e imediata (NETTO, 2011). Como é o caso do surgimento dos salões de beleza afro no mundo urbano ou das cidades contemporâneas brasileiras.

Para José Paulo Netto (2011) apoiando-se na Introdução à Crítica da Economia Política de 1857 de Karl Marx, o concreto só pode ser apreendido pela via do pensamento como um concreto de pensamento, embora seu ponto de partida seja a realidade empírica que se mostra caótica e instigante: sejam dos desafios das questões da pesquisa, seja a realidade empírica da sociedade em que se está inserido/a. Em nosso caso é a realidade do cotidiano de mulheres negras da Região Metropolitana de Recife – RMR no bojo de uma sociedade capitalista e sua cultura de consumo no capitalismo contemporâneo.

Segundo José Paulo Netto (2011), para Marx o sujeito pesquisador tem um papel fundamental no processo de pesquisa. Daí que este sujeito:

(...) tem que apoderar-se da matéria em seus pormenores, analisar suas diferentes formas de desenvolvimento e de perquirir a conexão que há entre elas” (Marx, 1968, apud NETTO, 2011, p.25).

Por isso, explica José Paulo Netto (2011), que para o trabalho de campo no processo de investigação, os instrumentos e técnicas de pesquisa a serem empregados têm que ser os mais variados possíveis, entre eles: análise documental, observação, coleta de dados quantitativos, entrevistas, apreensão das visões de mundo, significações, discurso, representações sociais.

Para (Marx, 1968, apud NETTO, idem. p.26- 27):

“Só depois de concluído [o trabalho de pesquisa] é que se pode descrever, adequadamente, o movimento do real. Se isto se consegue ficará espelhada no plano ideal [pensamento] a vida da realidade pesquisada”.

Inspirada nas advertências expostas por José Paulo Netto (2011), a pesquisa foi desenvolvida em três etapas. A primeira consistiu na fase exploratória de todo processo de pesquisa: elaboração do projeto de pesquisa com a definição do objeto e o referencial teórico-metodológico, em que a pesquisa bibliográfica é fundamental para ir vislumbrando a complexa e contraditória Totalidade em que a pesquisa é uma expressão singular dessa totalidade histórica, dialética.

No segundo momento deu-se início à pesquisa de campo sobre a realidade e o estudo de dados secundários e estatísticos mediante as produções científicas sobre a população negra, relacionadas tanto ao tema principal, quanto às temáticas subjacentes que configuram sua dinâmica, dada pela(s) totalidade(s) e suas determinações visando compreendê-lo(s) e explicá-lo(s) em suas aproximações ao todo concreto.

No terceiro momento foram desenvolvidas as técnicas de coleta com a mostra de mulheres negras já mencionadas, observações in loco, e entrevistas semiestruturadas, seguidas das suas análises.

No que concerne ao método de análise, visando esta primeira aproximação à perspectiva dialética da totalidade, conforme mencionado, também iniciamos uma primeira aproximação à Análise do Discurso, apoiando-nos em Eni Orlandi (2010) a quem se apoia na chamada linha francesa de análise do discurso. Para esta Escola, o discurso não é reduzido ao gramatical e linguístico, mas entendido como expressões de uma fala concreta escrita ou falada, que exprime sentidos (discurso): um dito que não é dito (Orlandi, 2010; Figaro, 2012). O discurso é compreendido como “produzido histórica e socialmente” como sintetiza Helena N. Brandão (2012, p. 24).

Comunicação e Análise do Discurso, que por sua vez situa-se para interpretar os dados coletados na forma de discurso falado mediante as entrevistas semiestruturadas. A Análise de Discurso depreende e apreende os sentidos dispostos no discurso das entrevistadas considerando não apenas o dito, mas o não dito (ORLANDI, 2010).

Assim, aproximamo-nos e desenvolvemos os referidos procedimentos para coleta de dados (observações e entrevistas) com o intuito de contemplar diferentes esferas de interação do objeto de pesquisa, bem como o método para sua análise, ou seja, “a transformação da superfície linguística em um objeto discursivo”, “configurando o corpus” para assim analisar o discurso com apoio de noções, conceitos “em um ir e vir constante entre teoria, corpus e análise (idem, p. 66-67) captando o dito e o não dito, enfim os sentidos da fala”. Processo este que também expressa uma aproximação a esta rica e complexa abordagem de análise do discurso falado.

A propósito, a Análise do Discurso tratada por Eni Orlandi e seguida na presente dissertação, não busca evidências ou falas diretas sobre as temáticas, quer apreender das depoentes o exposto em suas falas e trejeitos da dinâmica cotidiana vivenciada por elas no bojo das relações sociais em que estão inseridas, para captar nas vivências dessas mulheres negras suas práticas de consumo, experiências organizativas, visões de mundo enquanto ideologia, identidades raciais, entre outras, presentes em suas falas.

Segundo Eni Orlandi (2010) as falas dos sujeitos estão dotadas de certos “esquecimentos”, os quais estão ligados a possíveis limitações no discurso, bem como a expressões que não poderiam ser reveladas, as quais passam a ser omitidas ou ocultadas por quem fala.

A mostra das mulheres negras entrevistadas (15 mulheres negras da Região Metropolitana do Recife, sendo 12 delas consumidoras de cosméticos afro e 3 donas de salão de beleza afro, constituiu uma amostra não probabilística, como explica Antonio Gil (2008).

Maria Izaura Pereira Queiroz (1988), ao tratar da entrevista semiestruturada, a considera uma técnica de coleta de dados que supõe uma conversação continuada entre informante e pesquisador/a e que deve ser dirigida por este/esta, de acordo com seus objetivos. Desse modo, da vida do/da informante só interessa aquilo que vem se inserir diretamente no domínio da pesquisa. A autora considera que, por essa razão, existe uma distinção nítida entre narrador e pesquisador, pois ambos se envolvem na situação de entrevista, movidos por interesses diferentes.

Diante do exposto, a fim de contemplar a apreensão do objeto de estudo em questão (identidade negra e o consumo de cosméticos afro) estruturamos esta dissertação em quatro capítulos.

O primeiro capítulo versa sobre colonialismo, escravidão e movimento negro, pois a partir da leitura de diversas pesquisas já realizadas sobre estas temáticas, é possível perceber que não tem sido um acaso que os povos ou nações colonizadas, escravizadas e expropriadas pelos europeus, têm se reproduzido socialmente sob condições de pobreza estrutural, conseqüentemente sem acesso ou com difícil acesso, a bens e serviços individuais e coletivos. Por isso a importância dos movimentos sociais, que são responsáveis por colocarem a população negra no cerne do debate, pois a partir das lutas travadas por esses movimentos há a possibilidade de superação das condições de opressão e da construção de uma nova forma de sociedade.

O segundo capítulo discorre sobre identidade racial e o mito da democracia racial brasileira, temáticas relevantes para compreendermos os lugares sociais ocupados por

cada indivíduo, principalmente os lugares sociais ocupados pelas pessoas negras. Afirmar identidades significa demarcar fronteiras, fazer distinções entre o que fica dentro e o que fica fora, afirmando e reafirmando relações de poder. Neste sentido, a identidade negra é entendida, como um processo construído historicamente em uma sociedade que padece de um racismo ambíguo e do mito da democracia racial. Neste sentido faz-se necessário discutir os motivos de brancos e pretos não desfrutarem de oportunidades iguais nos âmbitos escolar, de emprego, saúde, segurança, moradia etc.

O terceiro capítulo trata de algumas reflexões iniciais sobre a sociedade capitalista e de consumo, visto que a economia capitalista é um sistema (um modo de produção) e no interior de cada unidade de produção existe uma divisão (oposição) entre o proprietário dos meios de produção e os/as trabalhadores/as e pequenos/as produtores/as, isto é, entre capital e trabalho assalariado, o qual se torna e se generaliza como mercadoria no modo de produção capitalista.

O aparecimento do capitalismo fez com que surgisse uma peça fundamental nas relações de mercado: o/a consumidor/a. É fundamental compreender que capitalistas estimulam o processo de produção e de consumo, haja vista que com uma maior produção, o mercado tem de absorver essa demanda. Para isso, eles utilizam a publicidade, a mídia, o fenômeno atual dos shoppings centers, entre outros – assim estimulam a venda de seu produto, terminando um ciclo de vendas e iniciando outro de produção.

O quarto capítulo destaca a importância de compreender o racismo e suas vivências marcantes a partir do discurso falado (análise de discurso) de mulheres assumidamente negras, quem viveram estigmatizações, tiveram condições de vida precarizadas, resultantes da inferiorização de suas características raciais, tratadas e significadas como inferiores e reproduzidas socialmente pela ideologia racista, onde as diferenças naturais entre os tipos de cabelos e suas especificidades, a cor da pele, a fisionomia facial e corporal, eram pensadas e sentidas (desde crianças), como diferenças/desigualdades naturais, para o qual, como uma exigência do convívio na sociedade brasileira, tinham que ocultá-las, pois deixar o cabelo crescer "naturalmente" implica reconhecer a origem africana e conseqüentemente vivenciar um tratamento desigual, diferenciado na sociedade.

É discutido ainda o consumo de cosméticos afro subjacente nas práticas de consumo à ótica do capital, do lucro como nicho de mercado para as/os consumidoras/es negras/os, podendo, no entanto, na dialética contraditória das relações capitalistas, transparecer uma aparente superação ou diminuição do racismo, “por se constituírem”

consumidoras/es. Contudo tais processos implicam um forte e orgânico movimento negro, uma forte afirmação orgânica da negritude e uma ressimbolização das diferentes formas da afirmação da identidade negra.

A partir do exposto, pretende-se com este estudo, somar conhecimentos, estimular novas reflexões e problematizações e, sobretudo, dar visibilidade às significações que o consumo de cosméticos afro pode trazer no que diz respeito à população negra, às formas de resistência, à superação do racismo, à aceitação de sua aparência/identidade negra.

CAPÍTULO I – COLONIALISMO, ESCRAVIDÃO E MOVIMENTO NEGRO

1.1 Colonialismo e escravidão africana: discutir é preciso

Em meados do século XIX, mais especificamente por volta da década de 1870, a Europa atravessou aquilo que se convencionou chamar de Revolução Técnico-Científica ou Segunda Revolução Industrial.

Esse novo impulso tecnológico, caracterizado pelo desenvolvimento de novas fontes de energia (hidrocarbonetos e eletricidade) e novos materiais (aço, alumínio e polímeros sintéticos), acarretou um impressionante aumento produtivo, que levou à busca por mercados consumidores, matérias-primas e mão de obra barata, além de investimentos de capital excedente por parte das economias industriais europeias.

Sendo assim, continentes como África, Ásia e Oceania foram alvos do chamado colonialismo do século XIX ou imperialismo, que se acelerou nas décadas finais do século XIX e teve seu apogeu durante o Período Entreguerras (1918-1939).

Segundo Frantz Fanon (apud CARDOSO, 2014, p. 5), o colonialismo produziu a chamada inferioridade do colonizado, que, uma vez derrotado e dominado, acaba por aceitar e internalizar essa ideia.

O colonizador se sustenta no racismo para estruturar a colonização e justificar sua intervenção, pois, através da difusão ideológica da suposta superioridade do colonizador, sua ação é vista como benefício, e não como violência – o que resultou na alienação colonial, na construção mítica do colonizador e do colonizado, o primeiro retratado como herdeiro legítimo de valores civilizatórios universalistas e o segundo como selvagem e primitivo, despossuído de legado merecedor de ser transmitido.

O colonialismo como fenômeno da história da humanidade antecede o capitalismo enquanto modo de produção desde que a Europa, em particular a Inglaterra, se expandiu mundialmente e o acompanha como política em seus diferentes domínios e fases de desenvolvimento.

O colonialismo destruiu estruturas tradicionais e ao mesmo tempo, exportou enorme contingente de europeus, apresentados como um excedente humano cujos inconvenientes estavam vinculados aos problemas de movimentos revolucionários em toda Europa Ocidental. Mas subjazia a essa imigração o desenvolvimento do processo capitalista de produção do campo e da cidade, entre ele o da própria indústria (caso brasileiro com a migração europeia no Sul do país). Esse contingente exercia, seja na

África, no Oriente ou na Ásia, enorme poder sobre as populações locais, dado o domínio econômico- político das nações europeias que os promovia, por sua vez com a marca racial do branco subalternizando outras raças e etnias como as indígenas. Posteriormente chegaram os/as asiáticos/as, entre outras mais.

A população negra africana chegou escravizada ao continente americano desde o início da conquista e permaneceu escravizada durante a colonização ibero-americana, igualmente muitos dos povos indígenas. No Brasil colônia, os/as negros/as escravizados ingressaram em 1538, sendo extinta a escravidão apenas em 1888 com a lei Áurea.

A respeito da colonização José Arruda e Nelson Piletti (1996) dizem que:

"A ocupação das colônias criou sérios problemas administrativos, pois os colonos vindos da metrópole queriam terras, o que só seria possível se eles as tomassem dos habitantes do país. Foi o que fizeram. Os europeus confiscaram as terras diretamente ou usaram regiões em disponibilidade ou, ainda, forçaram tribos nômades a fixar-se em territórios específicos. Para encorajar a colonização, a metrópole concedeu a exploração das terras a particulares ou a grandes companhias que tivessem condições de realizar grandes empreendimentos, de rendimento elevado. Para evitar toda concorrência, a metrópole só permitia indústria extrativa, mineral e vegetal. Mesmo assim, a indústria colonial progrediu, impulsionada pela abundância de matéria-prima e mão-de-obra. A colonização, na medida em que representou a ocidentalização do mundo, destruiu estruturas tradicionais, que muitas vezes não se recompuseram, e nada construiu em seu lugar. Na Índia, o artesanato desapareceu. No Congo, os belgas obrigaram as populações nativas a executar trabalhos forçados e a pagar impostos. Na Argélia, a fim de liberar mão-de-obra, os franceses destruíram a propriedade coletiva do solo e o trabalho comunitário, o que levou muitas pessoas à fome e à indigência". (ARRUDA, PILETTI, 1996, p.240).

Não tem sido um acaso que os povos ou nações colonizadas na América Latina (entre elas o Brasil), os povos africanos escravizados e os indígenas invadidos e expropriados pelos europeus, têm se reproduzido socialmente sob condições de pobreza estrutural, conseqüentemente sem acesso ou com difícil acesso, a bens e serviços individuais e coletivos.

Canedo (1994) complementa dizendo que:

"Havia, ainda, as colônias de povoamento, ligadas ao problema do crescimento demográfico europeu que dobrou em sessenta anos. Essas colônias deveriam resolver o problema da incapacidade da Europa em alimentar mais bocas e não poder oferecer trabalho a um contingente grande de pessoas que a revolução industrial e a técnica agrícola estavam dispensando. Na África, elas deram origem a situações e conflitos particularmente agudos (Argélia, Rodésia, África do Sul, Angola, Moçambique e Quênia). Isso porque os colonizadores aí expropriaram as terras dos camponeses. Além disso, nesse tipo de colônia, as minorias européias ocupavam posições sociais e econômicas dominantes e afastavam os autóctones até mesmo das funções administrativas mais subalternas. Os funcionários subalternos eram brancos, e todos os brancos, fossem empregados, fossem operários, recebiam salários mais elevados do que os trabalhadores negros". (CANEDO, 1994, p.24).

A escravidão, reinventada em pleno século XVI, não nasceu do desenvolvimento das forças produtivas das comunidades primitivas, como ocorreu em sua forma clássica, mas das necessidades do capital comercial.

Elemento importante, como dito, no processo de acumulação primitiva de capitais, a escravização de homens, mulheres e crianças era condição essencial para a implantação da empresa colonial mercantil e capitalista, assim como iria se tornar um empecilho ao desenvolvimento do capitalismo, quatro séculos depois, no alvorecer do imperialismo⁸.

A escravidão para algumas abordagens é definida como uma questão de status, mas não é isso o que a constitui e sim um processo de transformação de status que pode prolongar-se uma vida inteira e inclusive estender-se para as gerações seguintes. O escravo começa como um estrangeiro [outsider] social e passa por um processo para se tornar um membro [insider].

O/a escravo/a é um indivíduo, despido de sua identidade social prévia, é colocado à margem de um novo grupo social que lhe dá uma nova identidade social. A estranheza [outsidedness], então, é sociopolítica e não étnica⁹.

A tomada de consciência do processo institucional do escravismo brasileiro ocorreu apenas no início do século XIX, mais especificamente no contexto da independência, tanto pelos viajantes estrangeiros que então percorriam o território brasileiro como, sobretudo, pelos construtores do Império do Brasil.

A experiência histórica colonial, que combinava tráfico negreiro e alforrias, teve papel importante para definir o porvir da escravidão nos quadros do Estado nacional brasileiro (MARQUESE, 2006)

Um sistema escravista dessa natureza, típico das colônias caribenhas, espanholas, inglesas, holandesas e francesas do século XVIII, e cujas características básicas tiveram desenvolvimento apenas parcial na América portuguesa da primeira metade do século XVII, não mais encontrou espaço nos dois séculos subsequentes da história do Brasil. Com a mineração, essa mudança de fundo no caráter do escravismo brasileiro apenas se acentuou (MARQUESE, 2006).

⁸ MANGOLIM, César de Barros / SANGIACOMO, Gláucia – As causas da escravidão colonial e suas consequências: traços fundamentais e notas críticas aos desafios atuais – disponível em: <https://cesarmangolin.files.wordpress.com/2010/02/mangolin-as-causas-da-escravidao-colonial-e-suas-consequencias-2003.pdf>- acesso em 23/01/2017.

⁹ Kopytoff, Igor. "Slavery". Annual Review of Anthropology, vol.11, 1982, pp. 221-22. Ver também Patterson, Orlando. Slavery and social death. A comparative study. Cambridge, Mass.: Harvard University Press, 1982.

O escravismo se difundiu social e espacialmente, com a disseminação da posse de escravos nas diferentes regiões do Brasil colônia, e a criação de hierarquias étnicas e culturais foram bastante complexas. Antigas áreas de plantation, como a Zona da Mata pernambucana e o Recôncavo Baiano, mesmo mantendo a produção escravista açucareira, verificaram igualmente essas transformações.

A partir de fim do século XVII, o sistema escravista brasileiro passou a escorar-se em uma estreita articulação entre tráfico transatlântico de escravos bastante volumoso e número constante de alforrias. Nessa equação, era possível aumentar a intensidade do tráfico, com a introdução de grandes quantidades de africanos escravizados, sem colocar em risco a ordem social escravista (MARQUESE, 2006).

A respeito do tráfico africano para o Brasil, Wlamyra Albuquerque (2006) e Walter Fraga Filho (2006) dizem que:

“Estima-se que, entre o século XVI e meados do século XIX, mais de 11 milhões de homens, mulheres e crianças africanos foram transportados para as Américas. Esse número não inclui os que não conseguiram sobreviver ao processo violento de captura na África e aos rigores da grande travessia atlântica. A maioria dos cativos, cerca de 4 milhões, desembarcou em portos do Brasil. Por isso nenhuma outra região americana esteve tão ligada ao continente africano por meio do tráfico como o Brasil. O dramático deslocamento forçado, por mais de três séculos, uniu para sempre o Brasil à África. A retirada violenta de africanos de suas comunidades, conduzidos para trabalhar como escravos em terras distantes, foi a solução encontrada pelas potências coloniais européias para povoar e explorar as riquezas tropicais e minerais das colônias no Novo Mundo. A colônia portuguesa (o Brasil) dependia de grande suprimento de africanos para atender às necessidades crescentes de uma economia carente de mão-de-obra. A migração transatlântica forçada foi a principal fonte de renovação da população cativa no Brasil, especialmente nas áreas ligadas à agricultura de exportação, como cana-de-açúcar. Submetida a péssimas condições de vida e maus-tratos, a população escrava não se reproduzia na mesma proporção da população livre. Era alto o índice de mortalidade infantil e baixíssima a expectativa de vida. Além dos que morriam, o tráfico repunha os que saíam do sistema através da alforria ou da fuga para os quilombos. Assim, havia demanda constante de escravos africanos, algo que se intensificava nos períodos de crescimento econômico. Mas antes de investir maciçamente no tráfico africano, os colonos portugueses recorreram à exploração do trabalho dos povos indígenas que habitavam a costa brasileira. A escravidão foi um tipo de trabalho forçado também imposto às populações nativas. O índio escravizado era chamado de “negro da terra”, distinguindo-o assim do “negro da guiné”, como era identificado o escravo africano nos séculos XVI e XVII. Com o aumento da demanda por trabalho no corte do pau-brasil e depois nos engenhos, os colonizadores passaram a organizar expedições com o objetivo de capturar índios que habitavam em locais mais distantes da costa. Através das chamadas “guerras justas”, comunidades indígenas que resistiram à conversão ao catolicismo foram submetidas à escravidão. Por volta da segunda metade do século XVI, a oferta de escravos indígenas começou a declinar e os africanos começaram a chegar em maior quantidade para substituí-los. Diversos fatores levaram à substituição do índio pelo africano. As epidemias dizimaram grande número dos que trabalhavam nos engenhos ou que viviam em aldeamentos organizados pelos jesuítas. A fuga dos índios para o interior do território provocou aumento dos custos de captura e transporte de cativos até aos engenhos e fazendas do litoral. Além do mais, o apresamento não atendia ao interesse da Coroa portuguesa de ligar o Brasil ao comércio europeu e africano. O apresamento de indígenas era uma atividade exclusiva dos colonos, dele ficava de fora o grande comerciante sediado em Portugal ou aquele que atuava no tráfico

africano. Para completar, nenhuma comunidade indígena se firmou como fornecedora regular de cativos, o que dificultou a formação de redes comerciais que pudessem atender à demanda crescente de mão-de-obra”. (ALBUQUERQUE, 2006, p.40-41).

Logo após a derrota de Palmares, reduziram-se substancialmente as oportunidades de sucesso para as revoltas escravas e os grandes quilombos no Brasil. Não por acaso, com exceção de uma breve ocasião na década de 1670, ainda no curso da Guerra dos Palmares, as autoridades coloniais portuguesas e os representantes imperiais brasileiros sempre se recusaram a negociar com revoltosos e quilombolas (MARQUESE, 2006).

Essa posição política, que traduzia o quadro das relações de força entre senhores e escravos no Brasil, teve como contraponto a atitude de ingleses e holandeses, forçados a reconhecerem tratados de paz às conquistas que Maroon e Saramaca obtiveram em campo de batalha.

Ferreira (2014) nos diz que:

A colonização da América pelos impérios europeus pode ser sintetizada da seguinte maneira: o colonialismo unificou diferentes povos através da criação de um novo conceito – o de raça – que passou a ser um princípio de hierarquização associada à divisão do trabalho capitalista. Essa hierarquização era um dos traços característicos do colonialismo e do eurocentrismo, mas sobreviveu à situação colonial e tornou-se um dos fatores centrais da desigualdade no sistema mundial. Ao considerar que as raças foram produzidas pelo colonialismo, sendo seu traço distintivo principal, a colonialidade do poder é especialmente a continuidade de um traço (a desigualdade racial) dentro da ordem pós-colonial (FERREIRA, 2014, p.5).

Quijano (2005) parte do pressuposto de que a existência de categorias de classificação centradas em distinções biológicas (sangue, cor da pele, traços fenotípicos etc.), o termo “raça” (como unidade biológica e de hierarquização) e o racismo (como ideologia e relação de hierarquização global) estiveram sempre articulados desde o primeiro momento da colonização.

A respeito disso Grosfoguel nos diz que:

“Nisto reside a pertinência da distinção entre “colonialismo” e “colonialidade”. Colonialidade permite-nos compreender a continuidade das formas coloniais de dominação após o fim das administrações coloniais, produzidas por culturas e estruturas coloniais no sistema - mundo capitalista/moderno/colonial/patriarcal. “Colonialidade do poder” se refere a um processo de estruturação crucial no sistema-mundo moderno/colonial que articula regiões periféricas na divisão internacional do trabalho com a hierarquia racial/étnica” (GROSFOGUEL, 2007: 219).

Dessa maneira, o que está colocado pelo autor é que o racismo e o conceito de raça passam a ser o princípio estruturante da análise do sistema mundial (considerado como estrutura de poder). Ao mesmo tempo, a ideia de colonialidade é usada para

expressaras continuidades ou a importância do colonialismo (definido pelo autor como relação específica de poder mediada pela existência de uma administração colonial).

Diante do exposto se faz necessária uma breve discussão a respeito dos conceitos de raça e racismo na sociedade capitalista.

1.2 Raça e racismo na sociedade capitalista

O campo de pesquisa científica, conhecido como "relações raciais" é de inspiração norte-americana. Os cientistas sociais tomaram geralmente o padrão de relações raciais nos Estados Unidos como modelo para comparar, contrastar e entender a construção social das "raças" em outras sociedades, especialmente no Brasil (GUIMARÃES, 1995, p.2).

Guimarães (1995) nos diz ainda que:

Tal modelo, elevado a arquétipo, acabou por esconder antes que revelar, negar mais que afirmar a existência das "raças" no Brasil. De fato, o modelo norte-americano exibiu um padrão de relações violento, conflitivo, segregacionista, vulgarmente conhecido como "Jim Crow", sancionado por regras precisas de filiação grupal, baseadas em arraços biológicos que definiam as "raças". O modelo brasileiro, ao contrário, mostrava uma refinada etiqueta de distanciamento social e uma diferenciação aguda de *status* e de possibilidades econômicas convivendo com equidade jurídica e indiferenciação formal; um sistema muito complexo e ambíguo de diferenciação racial, baseado principalmente em diferenças fenotípicas e cristalizado num vocabulário cromático (GUIMARÃES, 1995, p. 2-3).

A ideia de raça, em seu sentido moderno, não tem história conhecida antes da América¹⁰. Talvez se tenha originado como referência às diferenças fenotípicas entre conquistadores e conquistados, mas o que importa é que desde muito cedo foi construída como referência a supostas estruturas biológicas diferenciais entre esses grupos (QUIJANO, 2005).

A raça é, então, entendida como um conjunto de traços biológicos e modos psicoculturais que interligam ascendentes e descendentes numa mesma linhagem. Inicialmente, o termo estava ligado ao mundo animal, mas, a partir do século XVI, a sua aplicação estendeu-se ao ser humano (ENCYCLOPEDIA UNIVERSALIS, 1992, p. 438).

A utilização desse termo tornou-se mais frequente no século XVIII, sendo invocado para dar conta das diferenças entre humanos (por exemplo, relacionado à cor da pele). Às vezes, era ainda utilizado para designar um grupo de pessoas ou como um 1 dos muitos sinônimos das palavras latinas *gens* e *genus*¹¹.

A definição de raça como um conceito biológico - ou pelo menos como uma noção sobre diferenças biológicas, objetivas (fenótipos), entre seres humanos - escondia tanto o

¹⁰ Sobre esta questão e sobre os possíveis antecedentes da ideia de raça antes da América, remeto a Quijano (1992).

¹¹ *Gens* significa gente, conjunto de pessoas do mesmo nome que, pelos varões, se ligam a um antepassado comum; também quer dizer raça e espécie. A palavra *genus* quer dizer nascimento, raça, origem, e ainda família e descendência, conforme Porto Editora Dicionário de latim-português. Porto: Porto Editora, 1998.

caráter racista das distinções de cor, quanto o seu caráter construído, social e cultural e das relações de poder e dominação que os implicava.

Quijano (2005) apresenta a seguinte narrativa:

"Os espanhóis e os portugueses, como raça dominante, podiam receber salários, ser comerciantes independentes, artesãos independente sou agricultores independentes, em suma, produtores independentes de mercadorias. Não obstante, apenas os nobres podiam ocupar os médios e altos postos da administração colonial, civil ou militar. [...] No curso da expansão mundial da dominação colonial por parte da mesma raça dominante – os brancos (ou, do século XVIII em diante, os europeus) –, foi imposto o mesmo critério de classificação social a toda a população mundial em escala global. Conseqüentemente, novas identidades históricas e sociais foram produzidas: amarelos e azeitonados (ou oliváceos) somaram-se a brancos, índios, negros e mestiços. Essa distribuição racista de novas identidades sociais foi combinada, tal como havia sido tão exitosamente logrado na América, com uma distribuição racista do trabalho e das formas de exploração do capitalismo colonial. Isso se expressou, sobretudo, numa quase exclusiva associação da branquitude social com o salário e logicamente com os postos de mando da administração colonial" (QUIJANO, 2005, p. 227-228).

Com relação ao conceito de raça/racismo, existe uma diferença estratégica entre considerá-los como critérios biológicos (como sangue, cor da pele) para a diferenciação e hierarquização (associados à divisão do trabalho e relação de produção e poder) e supor que eles implicam grupos raciais que exercem a dominação (FERREIRA, 2014).

Montesquieu em *O espírito das leis* (1748) correlaciona as circunstâncias climáticas e geográficas com o estado da civilização, dando origem ao designado determinismo climático, retomado e ampliado pela escola filosófica do iluminismo escocês (AUGSTEIN, 1996).

Essa teoria foi dominante até o século XVIII e encarava as circunstâncias geográficas e climáticas como fatores determinantes, na medida em que promoviam ou retardavam o processo de civilização. Ou seja, o clima era a fonte da diversidade física dos seres humanos.

Sobre isso Maria Manuela Mendes (2012) nos diz que:

A fisionomia humana e a civilização dependiam em absoluto das condições externas de vida. Os autores do século das luzes não fizeram mais do que desenvolver uma ideologia que serviu aos intuítos da sociedade europeia, em que o homem civilizado é oposto ao homem selvagem, por vezes reduzido à qualidade de "primitivo". E assim se legitimava o domínio colonial (MENDES, 2012, p.2-3).

Nos finais do século XVIII, Blumenbach defendia que todas as tribos humanas pertenciam à mesma espécie e que a variabilidade física se devia essencialmente à variação das circunstâncias climáticas. Blumenbach construiu uma tipologia, constituída por cinco variedades humanas: a caucasiana, a mongol, a etíope, a americana e a malaia.

A variedade caucasiana é assumida, concomitantemente, como a variedade primitiva e como modelo de beleza; as outras distanciam-se dela numa gradação regular, situando-se num dos opostos a etiópica (os negros) e, no outro, a mongólica.

Já no século XIX, James Cowles Prichard rejeitou a teoria do clima, apresentando uma outra tese, em que relacionava a variabilidade humana com o processo de civilização. Acreditava que todo ser humano foi originalmente preto e que a diferenciação foi o resultado da civilização (AUGSTEIN, 1996, p. 81 e p. 88). Para esse autor, os primeiros habitantes da terra foram pretos e o progresso da natureza reflete uma transmutação gradual do negro para o europeu.

Vale lembrar que, paralelamente à constituição científica do conceito de raça, que ocorreu lentamente e ao longo do século XIX, se verificou o desenvolvimento e a consolidação das práticas colonialistas europeias. Ora, os dois fenômenos não podem ser dissociados.

No término do século XIX era consensual, na Europa, a ideia de que o gênero humano se dividia em raças superiores e em raças inferiores. O mito da inferioridade de determinadas raças, como a “raça negra”, está associado a motivos econômicos e políticos, nomeadamente de exploração, justificando-se assim a escravatura e outras práticas sociais e econômicas de sobre-exploração e de dominação (MENDES, 2012).

De acordo com Maria Mendes (2012):

“A teoria racial que se consolida no século XIX funda-se essencialmente em três ideias-chave: i) a espécie humana é divisível num certo número de “raças”; ii) as capacidades intelectuais e morais estão variavelmente distribuídas pelas várias raças humanas; e iii) as capacidades mentais são naturais e estão estritamente associadas a especificidades fisionômicas (características raciais), que marcam a natureza intrínseca do indivíduo e de uma determinada população, não deixando de oferecer uma resposta biológica excessivamente especulativa” (MENDES, 2012, p.6).

Em meados do século XIX, o conceito de raça migrou das ciências naturais e alcançou as ciências sociais e humanas. Com a publicação da obra de Charles Darwin, em 1859, e o desenvolvimento da teoria evolucionista a partir daí, o racismo ganhou novas perspectivas, com o chamado darwinismo social, que lastreada na teoria da evolução e na seleção natural afirmava não só a diferença de raças humanas, mas a superioridade de umas sobre as outras e, ainda, que a tendência das raças superiores era submeter e substituir as outras.

A partir da Frenologia e do darwinismo social desenvolveu-se a eugenia, que enaltecia a pureza das raças, a existência de raças superiores e desacreditava a miscigenação. Tais teorias foram a base científica do racismo (SILVA & SILVA, 2006).

Kalina Vanderlei Silva e Maciel Silva (2006) complementam dizendo que:

“Enquanto o racismo é o estudo das diferentes raças humanas, o racismo é a aplicação prática dessas teorias, que acredita em raças superiores e cria mecanismos sociais e políticos para reprimir as raças consideradas inferiores. Os pensadores racialistas eugênicos não toleravam a diferença racial e defendiam que a diferença qualitativa entre as raças superava as teorias igualitaristas que pregavam a igualdade entre todos os homens. Para eles, cada raça tinha um lugar determinado no mundo, definido pelo grau de importância na escala evolutiva. E a raça superior, eleita pela seleção natural para ordenar o mundo, era a caucasóide, ou seja, a raça branca” (SILVA & SILVA, 2006, p.2).

Lembremos, no entanto, que há uma diferença entre cor e raça, pois, por exemplo, para os eugenistas, apesar de terem a mesma cor branca, os germânicos seriam superiores aos judeus e aos eslavos. Foi com a ascensão dos estudos racialistas, que cada vez mais a discriminação contra judeus e negros, por exemplo, foi feita com base na pretensa inferioridade racial desses grupos (SILVA & SILVA, 2006, p.2) dizem ainda que:

“Durante o século XX, o preconceito racial cresceu fora dos meios acadêmicos, dando origem a perseguições, como a levada a cabo pelo partido nazista na Alemanha do entre guerras, e à restrição dos direitos dos negros no sul dos Estados Unidos até a década de 1960. Na segunda metade do século xx, apesar do racismo ser condenado na maior parte do mundo, inclusive no Brasil, onde é ilegal e criminoso, ele continua a existir socialmente com grande força. E se o racismo existe é porque a sociedade que o abriga admite a existência de raças. Assim, apesar de condenarmos o preconceito racial, nossa cultura continua a acreditar nas teorias racialistas que deram origem a ele” (SILVA & SILVA, 2006, p.3).

Desde 1930 a biologia tem criticado a noção de raça, afirmando que não é possível estabelecer uma classificação geral dos seres humanos segundo tal categoria. Por sua vez, a genética moderna declarou que as diferenças biológicas entre as raças humanas não podem ser consideradas como absolutas e que a hierarquia que se possa estabelecer entre as diversas raças não pode ser cientificamente justificada.

A formação de relações sociais fundadas nessa ideia produziu na América identidades sociais historicamente novas: índios, negros e mestiços, e redefiniu outras. E na medida em que as relações sociais que se estavam configurando eram relações de dominação, tais identidades foram associadas às hierarquias, lugares e papéis sociais correspondentes, com constitutivas delas, e, conseqüentemente, ao padrão de dominação que se impunha.

Em outras palavras, raça e identidade racial foram estabelecidas como instrumentos de classificação social básica da população (QUIJANO, 2005).

Gonzalez apud Cardoso (2014) nos diz que:

“Embora pertençamos a diferentes sociedades do continente, sabemos que o sistema de dominação é o mesmo em todas elas, ou seja: o racismo, essa elaboração fria e extrema do modelo ariano de explicação cuja presença é uma constante em todos os níveis de pensamento, assim com parte e parcela das mais diferentes instituições dessas sociedades. [...] o racismo estabelece uma hierarquia racial e cultural que opõe a “superioridade” branca ocidental à “inferioridade” negroafricana. A África é o continente “obscuro”, sem uma história

própria (Hegel); por isso, a razão é branca, enquanto a emoção é negra. Assim, dada a sua “natureza sub-humana”, a exploração socioeconômica dos amefricanos por todo o continente é considerada “natural” (GONZALEZ apud CARDOSO, 2014, p. 6-7).

O uso da categoria raça, sua ressignificação pelo movimento negro, reintroduz a polêmica em torno dos fundamentos das imensas desigualdades brasileiras, isto é, se elas originam-se da dimensão econômica e/ou da cultura simbólica, ao mesmo tempo em que sinaliza para um novo ator coletivo, que passa a interagir no cenário político com um discurso que requer que a sociedade faça uma autorreflexão sobre si mesma e sobre o lugar que ela tem destinado aos diferentes grupos sociais que a compõem.

A integração social de negras/os na estrutura do país acabou por provocar a busca da identificação de ser negro/a pelos grupos que estão representando essa população, promovendo dentro da sociedade brasileira o reconhecimento positivo das contribuições da população negra ao país, negligenciados até o momento.

Esse movimento na estrutura social brasileira tem levado o mercado de consumo a reconhecê-los, e a disponibilizar diversas linhas de produtos, em especial de higiene pessoal, cosméticos e de beleza em geral, específicos para negras/os.

Assim, a natureza das contradições, lutas e conflitos sociais é ampliada, tendo em vista que aqueles que não se julgam plenamente representados nos movimentos sociais e organizações tradicionais se organizam para exigir reconhecimento de sua importância e existência social (SILVÉRIO, 2003).

Diante disso os movimentos sociais foram responsáveis por colocarem a população negra no cerne do debate.

1.3 Os movimentos sociais

Tratar dos movimentos sociais é situar-se num campo complexo, polêmico de variados paradigmas e abordagens teórico metodológicas, todas elas marcadas pela história regional e nacional, segundo os países, sendo assim de grande riqueza teórica e prática para as ciências sociais.

A presença dos movimentos sociais é uma constante na história política do país, mas ela é cheia de ciclos, com fluxos ascendentes e refluxos (alguns estratégicos, de resistência ou rearticulação face à nova conjuntura e as novas forças sociopolíticas em ação).

O importante a destacar é esse campo de força sociopolítico e o reconhecimento de que suas ações impulsionam mudanças sociais diversas. O repertório de lutas que

eles constroem, demarcam interesses, identidades, subjetividades e projetos de grupos sociais (GOHN, 2013).

Há certo consenso de que os movimentos sociais propiciam a difusão dos ideais de emancipação, alimentam os desejos de liberdade, mas também podem ser vistos como agentes que anunciam o novo ao denunciar as contradições existentes e desafiar os códigos culturais dominantes (MELUCCI, 1989, 2003).

O movimento social refere-se então a perspectiva de mudança social, isto é, a possibilidade de superação das condições de opressão e da construção de uma nova forma de sociedade.

Como revela Maria da Glória Gohn em seu já clássico estudo, *Teorias dos Movimentos Sociais* (1997): numa época dos anos 20 do século passado, os movimentos sociais foram tratados pela doutrina do interacionismo simbólico norte-americano como expressão de problemas sociais, como fator de disfunção da ordem (GOHN, 1997).

Mais adiante, nos anos de 1980, no contexto da crise estrutural do capital e os avanços da globalização nos países e continentes, os movimentos sociais passaram a ser compreendidos como ações coletivas relevantes, como “(...) fenômenos de uma nova sociedade civil (Cohen e Arato, 1992; J. Hall, 1995, apud Gohn, 1997, p. 335), “a nova força da periferia” Gohn (1985); “uma revolução no cotidiano”, apud. Gohn, 1997, p.333).

Tais movimentos passaram a ser reconhecidos desde suas práticas sociais e políticas, reveladoras de uma dinâmica societária contraditória e de desigualdades sociais.

Uma das premissas básicas a respeito dos movimentos sociais é: são fontes de inovação e matrizes geradoras de saberes. Entretanto, não se trata de um processo isolado, mas de caráter político-social.

Maria da Glória Gohn (2011) nos diz ainda que para analisar esses saberes deve-se buscar as redes de articulações que os movimentos estabelecem na prática cotidiana e indagar sobre a conjuntura política, econômica e sociocultural do país quando as articulações acontecem. Para isso a autora nos diz que:

“Movimento social refere-se à ação dos homens na história. Esta ação envolve um fazer – por meio de um conjunto de práticas sociais m fazer - por meio de um conjunto de práticas sociais - e um pensar - por meio de um conjunto de idéias que motiva ou dá fundamento à ação. Trata-se de uma práxis, portanto. As lutas sociais conferem aos movimentos um caráter cíclico. Eles são como as ondas e as marés; vão e voltam segundo a dinâmica do conflito social, da luta social, da busca do novo ou da reposição/ conservação do velho. Esses fatores conferem às ações dos movimentos caráter reativo, ativo ou passivo. Não bastam as carências para haver um movimento. Elas têm que se traduzir em demandas, que por sua vez poderão se transformar em reivindicações, através de uma ação coletiva” (GOHN, 2000, p.13).

O processo pelo qual os indivíduos passam, como agente de transformação social, de uma situação passiva para uma situação ativa e reivindicatória é decorrente do contexto socioeconômico e histórico de cada sociedade.

Complementando essa ideia, Marx e Engels (1967) nos dizem que:

“A História não faz nada, não “possui uma enorme riqueza”, ela “não participa de nenhuma luta”. Quem faz tudo isso, quem participa das lutas, é o homem, o homem real; não é a “História” que utiliza o homem como meio para realizar os seus fins – como se tratasse de uma pessoa individual – pois a História não é senão a atividade do homem que persegue seus objetivos” (MARX, Karl e ENGELS, 1967, p. 1590).

Apoiadas em Alberto Melucci (1989) nós os encaramos como ações sociais coletivas, de caráter social, político e cultural, que viabilizam formas distintas da população organizar-se e expressar suas demandas.

Tanto os movimentos sociais dos anos 1980, como os atuais, têm construído representações simbólicas afirmativas por meio de discursos e práticas. Esses movimentos sociais criam identidades para grupos antes dispersos e desorganizados, como acentuou Melucci (1996).

Ao realizar essas ações, criam em seus/suas participantes, sentimentos de pertencimento social. Aqueles/as que eram excluídos/as passam a sentir-se incluídos/as em um tipo de grupo ativo.

Para Correia (2001), a sociedade civil ganha dos movimentos sociais com suas ações, a conquista de direitos não disponibilizados pelo Estado. Nesse contexto de carências e de exclusão, são os movimentos sociais que nas suas práticas cotidianas de movimentação social, ainda que com certas limitações, potencializam suas ações com as novas formas de se fazer política, de participação social, de construção do processo democrático e de transformação social.

Os movimentos sociais são compreendidos como tentativas coletivas e organizadas que visam determinadas mudanças, até mesmo a possibilidade de construção de uma ordem social diferente, visando uma nova sociedade.

Por “novos” movimentos sociais compreendem-se os movimentos que passaram a surgir na Europa, Estados Unidos, América Latina, desde final da década de sessenta.

A conquista dos direitos é resultado de lutas sociais empreendidas por movimentos populares e organizações sociais que reivindicaram direitos e espaços de participação social. O conflito social deixa de ser simplesmente reprimido e passa a ser reconhecido.

Maria da Glória Gohn (1995) assevera que os novos movimentos sociais contrapõem-se aos “velhos” e historicamente tradicionais movimentos sociais. Os “novos” movimentos sociais contrapõem-se às relações de produção capitalistas, que impedem

que grande parte das famílias da classe trabalhadora, principalmente as famílias negras, consigam realizar os anseios por uma vida plena de sentido. Como aponta Ricardo Antunes (1997, p. 86):

(...) “outras modalidades de luta social (como a ecológica, a feminista, a dos negros, dos homossexuais, dos jovens etc.) são de grande significado na busca de uma individualidade e de uma sociabilidade dotada de sentido”.

A partir do exposto é possível perceber a importância dos movimentos sociais para a consolidação e efetivação dos direitos, principalmente dos direitos para a população negra e nesse estudo vale ressaltar a importância da luta do movimento negro americano como precursor da busca de direitos civis de negras e negros americanos.

1.3.1 Movimento Negro Americano: a luta por direitos civis

É relevante mencionar o movimento negro americano, pois nos anos sessenta foi de significativa influência e mobilização nos países latino-americanos, entre eles o Brasil.

Os movimentos sociais organizados pretendem alcançar determinados objetivos para os quais são criados, ao mesmo tempo em que são produto de determinadas condições e momentos históricos.

Os movimentos sociais organizados pretendem alcançar determinados objetivos, e somente para isto são criados e, ao mesmo tempo, são criados porque naquele momento histórico estes elementos que constituem seus objetivos estão, obviamente, ausentes concretamente, surgindo daí a necessidade de organização.

Os movimentos surgem, portanto, de necessidades específicas, postas historicamente. Saber o que foram e o que são os movimentos negros é também compreender as determinações históricas que proporcionaram seu surgimento.

Karl Marx (1974) dizia que os homens fazem sua própria história, mas não a fazem voluntariamente como querem; não a fazem sob circunstâncias de sua escolha e sim sob condições concretas e contraditórias com as quais o movimento defronta-se diretamente, legadas e transmitidas pelo passado. Assim podemos compreender os antecedentes históricos que os motivaram.

O afro-americano W. E. B. Du Bois¹² (1868-1963) é considerado o patrono do panafricanismo¹³, movimento político e cultural que lutava tanto pela independência dos países africanos do jugo colonial, quanto pela construção da unidade africana.

¹² William Eduard Burghard Du Bois (W.E.B) nasceu em 1868 em uma família já de classe média em Massachusetts e morreu em Gana aos 95 anos, em 1963. Du Bois foi o primeiro panafricanista a defender

Pelo fato de Du Bois ser uma das primeiras lideranças a adotar com veemência um discurso de orgulho racial e de volta às origens negras, é considerado da mesma maneira, o pai simbólico do movimento de tomada de consciência de ser negro, embora o termo negritude tenha sido cunhado somente anos mais tarde. Du Bois exerceu forte ascendência sobre os escritores negros estadunidenses.

Por volta de 1920 surgiu no bairro negro de Nova Iorque, o Harlem, nos Estados Unidos, um movimento literário e artístico denominado New Negro ou Negro Renaissance¹⁴, cuja proposta cultural era exorcizar os estereótipos e preconceitos disseminados contra o negro no imaginário social. Ao contrário de lamentarem-se pela sua condição racial, os ativistas do movimento enalteciam a cor do povo negro em suas obras.

O Movimento pelos Direitos Civis deu-se sob a influência do "Negro Renaissance", em um período histórico compreendido entre 1954 e 1980, marcado por rebeliões populares e convulsões na sociedade civil de diversos países. Estes movimentos pediam a igualdade perante a lei, direitos iguais para toda camada da população independente de cor, raça ou religião.

Nos EUA diversos episódios da historiografia americana utilizaram à sua maneira e interesse os ideais de liberdade. Mas talvez, nenhum outro foi mais importante, justo e humanitário que a luta pela liberdade dos negros (RODRIGUES, 2010).

Negras e negros lutaram por algo que já era considerado um direito natural, afinal a fundação dos EUA e a filosofia da Revolução Americana colocavam em primeiro lugar o direito à vida, à liberdade e à busca da felicidade. Entretanto, já que essa liberdade era voltada somente aos seres humanos e não a "seres inferiores" como eram considerados os negros pelo pensamento dos colonos sulistas, ou por outra perspectiva, como a capitalista, que tornava os negros uma mercadoria, coube a eles uma dura luta para conseguir suas liberdades individuais.

que a unidade entre os negros americanos e caribenhos com os africanos deveria basear-se na compreensão de que a origem de sua dominação tinha uma raiz comum: o imperialismo.

¹³ A nomenclatura Pan-africanismo, a primeira vista, deixa implícita uma relação estreita com o continente africano, cabe ressaltar, que essa ideologia tem sua origem nos países de colonização inglesa. A segunda é que a ideologia Panafricana pode ser entendida ou abordada sob duas perspectivas. Uma quanto projeto de libertação e outra quanto projeto de integração. A respeito disso ver: PAIM, Márcio. Pan-africanismo: tendências políticas, Nkrumah e a crítica do livro *Na Casa De Meu Pai*. Sankofa. Revista de História da África e de Estudos da Diáspora Africana Ano VII, NºXIII, Julho/2014. Disponível em: <http://www.revistas.usp.br/sankofa/article/viewFile/88952/91815>. Acesso em: 22/01/2017.

¹⁴ O Novo Renascimento Negro é o período mais amplamente discutido da história literária afro-americana, não só por causa de debates acadêmicos em curso sobre suas origens, início e fim, mas também por causa de sua importância fundamental para o pensamento e cultura do século XX. Período a que atribuímos o desenvolvimento, se não o nascimento, de todas as formas artísticas e literárias importantes que agora associamos à vida e à cultura afro-americanas. Disponível em: <http://exhibitions.nypl.org/africanaage/essay-renaissance.html>. Acesso: 22/01/17.

Durante uma considerável parte da história dos EUA, os negros foram humilhados e subjugados por uma sociedade, que foi dominada, política e economicamente por brancos. A conjuntura de exploração em que a população negra viveu durante séculos propiciou, principalmente a partir da década de 1950, o advento de personalidades e grupos que lutavam pelos direitos civis da comunidade afro-americana, como é o caso de Martin Luther King Jr¹⁵, Malcolm X¹⁶, e os Panteras Negras¹⁷ (RODRIGUES, 2010).

A escravidão do negro e sua humilhação posterior à Guerra Civil, em um suposto momento de liberdade civil, é uma mancha sangrenta no seio da sociedade norte-americana, fundada em ideais de liberdade, mas que na prática foram válidos somente para os indivíduos de cor branca (RODRIGUES, 2010). Na verdade, cidadania e cor da pele estiveram lado a lado em quase toda a História dos EUA, estando os afro-americanos à margem dos direitos humanos em geral.

Nos EUA entre tantos movimentos que pediam a igualdade de direitos para a população negra, o mais conhecido foi o Movimento dos direitos Civis dos Negros, que ocorreu entre 1955 e 1968, que consistia em adquirir reformas na constituição norte-

¹⁵ Martin Luther King Jr. Nasceu em 15 de janeiro de 1929 em Atlanta na Georgia. Filho primogênito de uma família de negros norte-americanos de classe média, seu pai era pastor batista e sua mãe era professora. Com 19 anos de idade Luther King se tornou pastor batista e mais tarde se formou teólogo no Seminário de Crozer. Também fez pós-graduação na universidade de Boston, onde conheceu Coretta Scott, uma estudante de música com quem se casou. Em seus estudos se dedicou aos temas de filosofia de protesto não violento, inspirando-se nas idéias do indu Mohandas K. Gandhi. Em 1957 Luther King ajuda a fundar a Conferência da Liderança Cristã no Sul (SCLC), uma organização de igrejas e sacerdotes negros. King tornou-se o líder da organização, que tinha como objetivo acabar com as leis de segregação por meio de manifestações e boicotes pacíficos. Disponível em: <http://www.palmares.gov.br/sites/000/2/download/mlk1.pdf> Acesso em: 23/01/17

¹⁶ Malcolm X foi figura exponencial durante a luta pelos direitos civis da população afroamericana nos EUA nas décadas de 1950 e 1960. Ele foi um dos maiores representantes na defesa dos direitos dos negros nos Estados Unidos. Nascido no dia 19 de maio de 1925 na cidade de Omaha, Malcom Little era filho de Earl Little e de Louise Little. A família de Malcolm X conheceu profundamente o ódio racial dos brancos, pois os Little foram perseguidos incansavelmente pelos cavaleiros da Ku Klux Klan. Quando tinha apenas seis anos de idade, seu pai, que era membro da Associação Universal Para o Progresso Negro, foi brutalmente espancado e jogado na linha do trem. Com o corpo quase partido ao meio, faleceu em seguida. A mãe de Malcolm era filha do estupro de uma mulher negra por um homem branco, o que a fazia ter uma cor de pele mais clara e, por isso, conseguia empregos domésticos com mais facilidade. Seu polêmico discurso pela resistência violenta das populações negras contra o racismo branco marcou gerações naquele país. Possivelmente, este episódio da vida de Malcolm tenha sido um dos grandes responsáveis pela formação de sua personalidade extremista. Sobre isso ver: RODRIGUES, Vladimir Miguel. Malcolm X: entre o texto escrito e o visual. Dissertação (Mestrado em Teoria literária) - Instituto de Biociências, Letras e Ciências Exatas da Universidade Estadual Paulista, São Paulo, 2010. Disponível em: http://repositorio.unesp.br/bitstream/handle/11449/99127/rodrigues_vm_me_sjrp.pdf;sequence=1 Acesso em: 24/01/2017.

¹⁷ O Partido dos Panteras Negras (Black Panthers Party). Formado na década de 1960 por Huey Newton e Bobby Seale, na cidade de Oakland, na Califórnia. Denominados inicialmente de Partido dos Panteras Negras para a Autodefesa, o grupo passou a adotar o marxismo como orientação política, buscando interligar a perspectiva da luta de classes entre burguesia e trabalhadores articulada com o contexto da luta racial nos EUA. Os Panteras Negras entendiam a mão de obra escrava como formadora da riqueza do principal país capitalista do século XX. Por isso, também divulgavam a necessidade de realizar a expropriação dos meios de produção dos capitalistas brancos. Disponível em: <http://historiadomundo.uol.com.br/idade-contemporanea/os-panteras-negras-e-o-movimento-racial-nos-eua.htm>. Acesso: 24/01/2017.

americana, visando os direitos iguais, a abolição da discriminação e da segregação racial no país.

O marco inicial desse movimento se deu na cidade de Montgomery, no Alabama, Estado do sul eminentemente racista do país até então. No dia 1º de dezembro, Rosa Parks¹⁸ entrou para história, conhecida como A Mãe do Movimento pelos Direitos Civis (NAVARRO, 2012).

Sobre isto Reginaldo Silva (2005) relata que:

“Já era noite no dia 1º de dezembro de 1955, quando uma jovem negra, chamada Rosa Parks, deixou a loja de roupas onde trabalhava como costureira, na cidade de Montgomery, no Estado do Alabama, nos Estados Unidos. Ela se dirigiu até à parada de ônibus ansiosa para chegar logo em casa e poder descansar depois de um longo dia de trabalho. O primeiro ônibus passou muito lotado. Ela decidiu esperar o próximo, que chegou mais vazio. Rosa entrou e percebeu que todos os assentos reservados para os negros estavam ocupados. Só restava um assento vazio no meio do ônibus. Ela sentou-se nele. Quase todas as cidades do sul dos Estados Unidos tinham leis que separavam negros e brancos dentro dos ônibus e em outros locais públicos. Os primeiros assentos dos ônibus tinham a seguinte inscrição: “Somente para brancos”. Os últimos assentos eram reservados para os negros. Já os poucos assentos do meio poderiam ser usados por brancos e negros, mas a preferência era para os brancos: se o ônibus ficasse lotado e houvesse negros nesses assentos do meio, estes deveriam se levantar para ceder lugar para os brancos que não conseguissem se sentar. Uma idosa negra, por exemplo, que estivesse ocupando um assento do meio de algum ônibus deveria dar o seu lugar para um jovem branco, se este entrasse no ônibus e não encontrasse assento para si. O ônibus que transportava Rosa Parks seguiu alguns quilômetros até parar num ponto onde alguns brancos entraram. Ainda havia lugares na área reservada para brancos, mas eram insuficientes para todos os brancos que subiram naquele ponto. Um homem branco ficou em pé. O motorista olhou para o meio do ônibus e viu que, além de Rosa, outros três negros estavam ocupando os assentos daquela área. Segundo a lei municipal de Montgomery, apenas um dos negros deveria se levantar para dar lugar àquele homem branco. No entanto, o motorista exigiu que os quatro se levantassem. Eles não obedeceram. O motorista gritou: “É melhor que vocês me ouçam e deixem esses assentos livres”. Os três negros se levantaram, mas Rosa permaneceu sentada. Nervoso, o motorista lhe perguntou: “Você vai se levantar?” Rosa respondeu: “Já existem três assentos desocupados, o senhor que está em pé pode se sentar em um deles”. O motorista ameaçou: “Se você não se levantar, vou chamar a polícia”. Com firmeza, Rosa lhe disse: “Vá em frente, chame a polícia”. O motorista desceu do ônibus e quando voltou, trouxe consigo um policial. Este perguntou à Rosa: “Por que você não se levantou?” “Achei que não era preciso”, respondeu Rosa apontando para os assentos vazios. O policial sentenciou: “Você está presa”. A moça quieta, pacífica, mas cansada de tanto preconceito, foi levada algemada para a prisão. Naquela mesma noite, a notícia de que uma jovem negra havia desafiado a prepotência dos brancos, despertou nos negros de Montgomery o desejo de lutar por igualdade de direitos. No dia seguinte à prisão de Rosa, vários pastores negros se organizaram para iniciarem um boicote aos ônibus de Montgomery. A ideia era: nenhum negro deve usar os ônibus da cidade como meio de transporte. Eles deveriam se deslocar a pé, pegando carona com negros

¹⁸ Rosa Louise McCauley, também conhecida como Rosa Parks, nasceu no estado do Alabama em 4 de fevereiro de 1913. De família humilde, logo cedo teve que largar os estudos e trabalhar como costureira para ajudar sua família. Em 1932 casou-se com Raymond Parks, ativista da NAACP (Associação Nacional para o Progresso de Pessoas de Cor), organização norte-americana que sempre lutou pelos direitos civis dos negros nos EUA. Disponível em: <https://historiazine.com/rosa-parks-e-a-eterna-luta-contra-o-racismo-df9e6ec93ae2#.rtg93xfcd>. Acesso: 23/01/2017.

que colocavam os seus carros à disposição do movimento ou pegando táxis de proprietários negros, que, a partir daquele dia, cobriam o mesmo preço que os ônibus. Quatro dias após a prisão de Rosa Parks, em 5 de dezembro de 1955, o boicote foi iniciado. O grupo de pastores que iniciou o movimento organizou uma assembleia com os negros de Montgomery e escolheu Martin Luther King Jr., um jovem pastor batista negro daquela cidade, para liderar a ação. Em pouco tempo, o protesto dos negros de Montgomery ganharia fama nacional e internacional” (SILVA, 2005, p.1).

Com o surgimento de movimentos de negros em defesa de organizações sociais e formas sociais como os Black Power¹⁹ Panteras Negras, no meio da década de 1960, os afroamericanos aumentaram seu clamor por igualdade racial. Estes grupos se tornaram exércitos de salvação para a sociedade negra norte-americana.

A luta de negros e negros norte-americanos pelos direitos civis nos anos de 1960 era fervescente. Grandes lideranças ganhavam forças neste período, combatendo o racismo que vinha de muito tempo. Muito desse racismo se deu após a guerra civil americana²⁰, como subproduto desta, que foi iniciada pelos estados do sul dos Estados Unidos da América (EUA), inconformados pelo fim da escravidão, nasceu a Ku Klux Klan²¹.

Defendendo esta sociedade de ataques sofridos pela Ku Klux Klan, passaram a enfrentar com armas os ataques de brancos racistas. Além disso, grupos como Black Power passaram a mostrar seu orgulho de pertencer à raça negra, ganhando, assim, uma identidade cultural²², o que foi acompanhado por muitos grupos negros organizados dos países latino-americanos e do Caribe, apesar das ditaduras militares em vários desses países.

¹⁹ Black Power, mais do que o nome de um movimento político, era um termo que expressava o desejo do povo negro de ter o poder dos seus direitos como cidadãos americanos. O slogan que nasceu deste movimento, “Black is Beautiful”, mostra claramente o novo despertar de orgulho da sua origem e da sua raça (VALGHAN, 2000, p.60). Disponível em: <http://www.revistadeletras.ufc.br/rl22Art08.pdf>. Acessado: 23/01/2017.

²⁰ Foi uma guerra civil ocorrida nos EUA entre 1861 e 1865 devido a rivalidades e divergências entre o Norte e o Sul dos EUA. O norte era abolicionista, o Sul era contra a abolição dos escravos. Essas divergências vinham desde a época da colonização das Treze Colônias. A respeito disso ver: AMEUR, Farid. Guerra da Secessão. Tradução: Denise Bottmann. – Porto Alegre, RS: L&PM, 2013. (Coleção L&PM POCKET; v.865). Disponível em: <http://www.portalconservador.com/livros/Farid-Ameur-Guerra-da-Secessao.pdf>

²¹ Grupo famoso por nutrir ódio aos negros. A maior parte dos líderes eram ex-soldados do exército sulista que tinham lutado contra a abolição na Guerra de Secessão. Esta irmandade tinha como sua principal função à manutenção da supremacia branca, principalmente após a guerra civil, onde escravos dos antigos senhores eram agora homens livres. Já adotando, desde então, as vestes pelas quais ficariam mundialmente conhecidos, com seus rostos e corpos cobertos por lençóis brancos até ao tornozelo. Perseguições aos negros e, posteriormente, a ampliação de seu raio de ação, com ações radicais e covardes contra outras minorias como os judeus, católicos, socialistas, comunistas, simpatizantes dos direitos civis e hispânicos. A respeito disso ver: DUARTE, Fernando. Ku Klux Klan. Aventuras na História. São Paulo: Abril, n. 115, fev. 2013. p. 31.

²² A identidade cultural é em muitos sentidos a fonte de significado e experiência de um povo. É uma espécie de “sentimento de pertencimento” (OLIVEIRA, 2004, p.139).

Com isso, esses movimentos negros norte-americanos ganhavam uma libertação dos costumes da autoridade branca do país, valorizando sua história, exteriorizando seus sentimentos, vestimentas coloridas, penteados que chamavam de estilo afro, inspirados nos tribos de antepassados do continente africano. Desse modo, esses grupos aumentaram seu pleito pela dignidade racial (NAVARRO, 2012).

A luta pelos direitos civis dos negros americanos serviu de inspiração para que negras e negros brasileiros se unissem em busca de um ideal comum e dessem origem ao movimento negro no Brasil, visando a inserção da população negra nos espaços historicamente privilegiados.

1.3.2 O Movimento Negro no Brasil: uma discussão

O Brasil foi o último país latino-americano a abolir a escravidão. Um ano após a abolição da escravatura, foi proclamada a República no Brasil, em 1889. O novo sistema político, entretanto, não assegurou ganhos materiais ou simbólicos para a população negra. Ao contrário, esta foi marginalizada politicamente, em decorrência das limitações da República no que se refere ao sufrágio²³ e as outras formas de participação política; social e psicologicamente, em face das doutrinas do racismo científico e da teoria do branqueamento e ainda economicamente, devido às preferências em termos de emprego em favor dos imigrantes europeus passando a ser mão de obra informal, braçal e preterida (ANDREWS, 1991).

Para reverter esse quadro de marginalização no alvorecer da República, os libertos, ex-escravos e seus descendentes instituíram os movimentos de mobilização racial negra no Brasil, criando inicialmente dezenas de grupos (grêmios, clubes ou associações) em alguns estados da nação.

Em São Paulo, apareceram o Clube 13 de Maio dos Homens Pretos (1902), o Centro Literário dos Homens de Cor (1903), a Sociedade Propugnadora 13 de Maio (1906), o Centro Cultural Henrique Dias (1908), a Sociedade União Cívica dos Homens de Cor (1915), a Associação Protetora dos Brasileiros Pretos (1917); no Rio de Janeiro, o Centro da Federação dos Homens de Cor (ANDREWS, 1991).

A respeito disso Henrique Cunha Jr. diz:

²³ “É o poder que se reconhece a certo número de pessoas (o corpo de cidadãos) de participar direta ou indiretamente na soberania, isto é, na gerência da vida pública. Através deste instituto, o cidadão possui uma garantia democrática, podendo decidir, por intermédio eleitoral, o futuro do seu país, Estado e Municípios” (BONAVIDES, 2010 p.293).

"De cunho eminentemente assistencialista, recreativo e/ou cultural, as associações negras conseguiam agregar um número não desprezível de "homens de cor", como se dizia na época. Algumas delas tiveram como base de formação "determinadas classes de trabalhadores negros, tais como: portuários, ferroviários e ensacadores, constituindo uma espécie de entidade sindical" (CUNHA, 1992, p.8).

Na década de 1930, o movimento negro deu um salto qualitativo, com a fundação, em 1931, em São Paulo, da Frente Negra Brasileira (FNB), considerada a sucessora do Centro Cívico Palmares, de 1926. Estas foram as primeiras organizações negras com reivindicações políticas mais deliberadas.

Podemos perceber alguns elementos comuns, certas continuidades entre organizações, como o Centro Cívico Palmares, a Frente Negra Brasileira e mesmo outras organizações do movimento negro contemporâneo. O primeiro seria a busca por uma atuação política e a apresentação de demandas do movimento à sociedade e aos poderes públicos, estratégia essa que ganharia maior vulto com a FNB, na década de 1930, e que permanece no seio do movimento negro organizado até os dias de hoje.

De acordo com o ativista Francisco Lucrécio²⁴

"Naquela época, as mulheres negras não tinham apenas importância simbólica no movimento negro, elas "eram mais assíduas na luta em favor do negro, de forma que na Frente Negra a maior parte eram mulheres. Era um contingente muito grande, eram elas que faziam todo movimento". (LUCRÉCIO, 1989, p.332).

Os anos de vigência do Estado Novo (1937-1945) foram caracterizados por violenta repressão política, inviabilizando qualquer movimento contestatório. Mas, com a queda da ditadura "Varguista", ressurgiu, na cena política do país, o movimento negro organizado que, por sinal, ampliou seu raio de ação.

Outro agrupamento importante foi o Teatro Experimental do Negro (TEN) sob a liderança de Abdias do Nascimento²⁵, no Rio de Janeiro, em 1950, como nos informa o próprio Abdias:

"Minhas primeiras experiências de luta foram na Frente Negra Brasileira. Alguns dos dirigentes da FNB desde a década de vinte se esforçavam tentando articular um movimento. Houve, assim, um projeto de reunir o Congresso da Mocidade Negra, em 1928, em São Paulo, o que não chegou a se concretizar. Somente em 1938 eu e outros cinco jovens negros realizamos o I Congresso Afro-Campineiro e, em 1950, o Teatro Experimental do Negro promoveu o I Congresso do Negro Brasileiro, no Rio de Janeiro". (POERNER, 1976).

²⁴ Francisco Lucrécio, nascido em Campinas em 1909, foi diretor da FNB de 1934 a 1937.

²⁵ Nascido em Franca, no estado de São Paulo, em 1914, Abdias participou como um jovem militante da Frente Negra Brasileira. Em 1944, ele foi a principal liderança na criação do Teatro Experimental do Negro e, em 1978, também participou da criação do Movimento Negro Unificado (MNU) em São Paulo. Sobre isso ver: PEREIRA, Amílcar A. O Mundo Negro: a constituição do movimento negro contemporâneo no Brasil (1970-1995). 2010. Tese (doutorado em História) – Universidade Federal Fluminense, Rio de Janeiro.

O TEN Defendia os direitos civis dos negros na qualidade de direitos humanos e propugnava a criação de uma legislação antidiscriminatória para o país.. O grupo foi um dos pioneiros a trazer para o país as propostas do movimento da negritude francesa, que, naquele instante, mobilizava a atenção do movimento negro internacional e que, posteriormente, serviu de base ideológica para a luta de libertação nacional dos países africanos (GONZALES, Lélia; HASENBALG, Carlos, 1982).

O golpe militar de 1964 representou uma derrota, ainda que temporária, para a luta política dos/das negros/as, ele desarticulou uma coalizão de forças que palmilhava no enfrentamento do “preconceito de cor” no país. Seus militantes eram estigmatizados e acusados pelos militares de criar um problema que supostamente não existia, o racismo no Brasil.

A discussão pública da questão racial foi praticamente banida. A reorganização política da pugna antirracista apenas aconteceu no final da década de 1970, no bojo da ascensão dos movimentos populares, sindical e estudantil (SKIDMORE, 1994).

No plano externo, o protesto negro contemporâneo se inspirou, de um lado, na luta a favor dos direitos civis dos negros estadunidenses, onde se projetaram lideranças como Martin Luther King, Malcolm X e organizações negras marxistas, como os Panteras Negras.

No plano interno, o embrião do Movimento Negro Unificado foi a organização marxista, de orientação trotskista, Convergência Socialista²⁶. Ela foi a escola de formação política e ideológica de várias lideranças importantes dessa nova fase do movimento negro.

Na concepção desses/as militantes, o capitalismo era o sistema que alimentava e se beneficiava do racismo; assim, só com a derrubada desse sistema e a consequente construção de uma sociedade igualitária era possível superar o racismo.

O nascimento do MNU significou um marco na história do protesto negro do país, porque, entre outros motivos, desenvolveu-se a proposta de unificar a luta de todos os grupos e organizações antirracistas em escala nacional (GONZALES, Lélia; HASENBALG, Carlos, 1982).

Almicar Araújo Pereira (2010) considera o movimento negro organizado como:

²⁶ De origem trotskista, a Convergência Socialista (CS) foi formada por militantes de esquerda em 1978, estes associados anteriormente pela crítica à opção pela luta armada e adesão ao enfrentamento à ditadura militar pela agitação, propaganda e a luta legal. Sobre isso ver: MIRANDA, Vinicius Almeida Ribeiro de. Dois trotskismos num partido de massas: As trajetórias das organizações Democracia Socialista e Convergência Socialista no PT de 1978 a 1992. Campinas: Dissertação de Mestrado da Unicamp, 2015. Disponível em: http://www.ifch.unicamp.br/formulario_cemarx/selecao/2015/trabalhos2015/Vinicius%20de%20Miranda%2010453.pdf Acesso em: 24/01/2017

“Um movimento social que tem como particularidade a atuação em relação à questão racial. Sua formação é complexa e engloba o conjunto de entidades, organizações e indivíduos que lutam contra o racismo e por melhores condições de vida para a população negra, seja através de práticas culturais, de estratégias políticas, de iniciativas educacionais etc.; o que faz da diversidade e pluralidade características deste movimento social” (PEREIRA, 2010).

Amauri Mendes Pereira (2008) e Petrônio Domingues (2007) identificam três diferentes fases do movimento negro brasileiro, com características distintas, ao longo do Século XX e Abdias do Nascimento participou de maneira ativa em todas elas.

A primeira, do início do século até o Golpe do Estado Novo, em 1937; a segunda, do período que vai do processo de redemocratização, em meados dos anos 1940, até o Golpe militar de 1964; e a terceira, o movimento negro contemporâneo, que surge na década de 1970 e ganha impulso após o início do processo de Abertura política, em 1974 (PEREIRA, 2010).

O movimento negro brasileiro, nessa primeira fase, teria como principal característica a busca pela inclusão do negro na sociedade, com um caráter “assimilacionista”, sem a busca pela transformação da ordem social; outra característica era a existência de um nacionalismo declarado pela Frente Negra Brasileira e por outras organizações da época (PEREIRA, 2010).

Como dizia Francisco Lucrecio anos depois:

[...] na Frente Negra não tinha essa discussão de volta à África. Tínhamos correspondência com Angola, conhecíamos o movimento de Marcus Garvey, mas não concordávamos. Nós sempre nos afirmamos como brasileiros e assim nos posicionávamos com o pensamento de que os nossos antepassados trabalharam no Brasil, se sacrificaram, lutaram desde Zumbi dos Palmares aos abolicionistas negros, então nós queríamos, nos afirmaríamos, sim, como brasileiros. (BARBOSA, 1998, p. 46).

A segunda fase do movimento negro brasileiro, no Século XX, para Pereira e Domingues, teve início no período final do Estado Novo (1937-1945). Petrônio Domingues (2007) citam o Teatro Experimental do Negro e a União dos Homens de Cor²⁷ (UHC), fundada em Porto Alegre em 1943, e com ramificações em 11 estados da federação, como sendo as principais organizações dessa segunda fase do movimento (PEREIRA, 2010).

²⁷ Também intitulada Uagacê ou simplesmente UHC, foi fundada por João Cabral Alves, em Porto Alegre, em janeiro de 1943. Já no primeiro artigo do estatuto, a entidade declarava que sua finalidade central era “elevar o nível econômico, e intelectual das pessoas de cor em todo o território nacional, para torná-las aptas a ingressarem na vida social e administrativa do país, em todos os setores de suas atividades”. A UHC era constituída de uma complexa estrutura organizativa. A diretoria nacional era formada pelos fundadores e dividia-se nos cargos de presidente, secretário-geral, inspetor geral, tesoureiro, chefe dos departamentos (de saúde e educação), consultor jurídico e conselheiros (ou diretores). (DOMINGUES, 2007, p. 108).

Sobre isso ver: DOMINGUES, Petrônio José. Movimento Negro Brasileiro: alguns apontamentos históricos. Revista Tempo, Universidade Federal Fluminense, vol. 23, p. 100-122, 2007.

Antônio Sérgio Guimarães (2002), afirma que o Teatro Experimental do Negro é, sem dúvida, a principal dessas organizações. Ele diz o seguinte em relação ao TEN:

“De fato, os propósitos de integração do negro na sociedade nacional e no resgate da sua autoestima foram marcas registradas do Teatro Experimental do Negro. Através do teatro, do psicodrama e de concursos de beleza, o TEN procurou não apenas denunciar o preconceito e o estigma de que os negros eram vítimas, mas, acima de tudo, oferecer uma via racional e politicamente construída de integração e mobilidade social dos pretos, pardos e mulatos. (GUIMARÃES, 2002, p. 93).

Da mesma forma que na fase anterior, como podemos perceber nos trechos citados acima, a inclusão da população negra na sociedade brasileira, tal como ela se apresentava, continuava sendo uma característica importante do movimento. Mas, por outro lado, a valorização de experiências vindas do exterior, principalmente da África e dos Estados Unidos, aparece com frequência em fontes das décadas de 1940 e 1950.

É interessante observar a própria explicação dada por Abdias do Nascimento sobre o episódio que o teria motivado a criar o Teatro Experimental do Negro:

“Várias interrogações suscitaram ao meu espírito a tragédia daquele negro infeliz que o gênio de Eugene O’Neill transformou em O Imperador Jones. Isso acontecia no Teatro Municipal de Lima, capital do Peru, onde me encontrava com os poetas Efraín Tomás Bó, Godofredo Tito Iommi e Raul Young, argentinos, e o brasileiro Napoleão Lopes Filho. Ao próprio impacto da peça juntava-se outro fato chocante: o papel do herói representado por um ator branco tingido de preto. Àquela época, 1941, eu nada sabia de teatro, economista que era, e não possuía qualificação técnica para julgar a qualidade interpretativa de Hugo D’Evieri. Porém, algo denunciava a carência daquela força passional específica requerida pelo texto, e que unicamente o artista negro poderia infundir à vivência cênica desse protagonista, pois o drama de Brutus Jones é o dilema, a dor, as chagas existenciais da pessoa de origem africana na sociedade racista das Américas. Por que um branco brochado de negro? Pela inexistência de um intérprete dessa raça? Entretanto, lembrava que, em meu país, onde mais de vinte milhões de negros somavam a quase metade de sua população de sessenta milhões de habitantes, na época, jamais assistira a um espetáculo cujo papel principal tivesse sido representado por um artista da minha cor. Não seria, então, o Brasil, uma verdadeira democracia racial? Minhas indagações avançaram mais longe: na minha pátria, tão orgulhosa de haver resolvido exemplarmente a convivência entre pretos e brancos, deveria ser normal a presença do negro em cena, não só em papéis secundários e grotescos, conforme acontecia, mas encarnando qualquer personagem – Hamlet ou Antígona – desde que possuísse o talento requerido” (NASCIMENTO, 2004, p. 209).

O próprio episódio narrado por Abdias do Nascimento acima, que o motivou a criar o TEN no Brasil, se deu em solo estrangeiro e assistindo a uma peça de um autor norteamericano que tratava da situação dos negros nos Estados Unidos (PEREIRA, 2010).

A tradição de luta contra o racismo, que contou com diferentes tipos de organizações políticas e culturais em vários setores da população negra brasileira desde o final do Século XIX, foi importante para o surgimento em meio a um período de ditadura militar, do movimento negro contemporâneo no Brasil, no início da década de 1970, considerado a terceira fase do movimento (PEREIRA, 2010).

É importante ressaltar que o surgimento do MNU, em 1978, é considerado, tanto pelos próprios militantes quanto por muitos pesquisadores, como o principal marco na formação do movimento negro contemporâneo no Brasil na década de 1970.

Reconhecendo a criação do MNU como um marco fundamental na transformação do movimento negro brasileiro – em meio a um contexto histórico-social de lutas contra a ditadura militar, então vigente no país –, e comparando-o com organizações anteriores como a FNB e o TEN, Sérgio Costa afirma que o MNU se “constitui como um movimento popular e democrático”, e acrescenta:

“Além do caráter popular, ausente no projeto do Teatro Experimental do Negro, o MNU se distingue do TEN por sua crítica ao discurso nacional hegemônico. Isto é, enquanto o TEN defendia a plena integração simbólica dos negros na identidade nacional “híbrida”, o MNU condena qualquer tipo de assimilação, fazendo do combate à ideologia da democracia racial uma das suas principais bandeiras de luta, visto que aos olhos do movimento, a igualdade formal assegurada pela lei entre negros e brancos e a difusão do mito de que a sociedade brasileira não é racista teria servido para sustentar, ideologicamente, a opressão racial. Assim, os conceitos “consciência” e “conscientização” passam a ocupar, desde a fundação do MNU, lugar decisivo na formulação das estratégias do movimento” (COSTA, 2006, p. 144).

Uma característica importante do movimento negro contemporâneo, articulada diretamente à questão da importância da educação para a população negra, vista aqui como uma continuidade ao longo do processo de constituição do movimento ao longo do Século XX, é a reivindicação pela reavaliação do papel do negro na história do Brasil.

Percebe-se que como parte dos avanços dos movimentos negros nas diversas esferas do poder público houve uma expansão do debate em torno de políticas de ação afirmativa, que têm provocado uma mudança substantiva de percepção dos brasileiros pretos e pardos em relação à sua identidade racial.

Muitas mudanças foram observadas na forma da representação do/a negro/a durante as últimas décadas, que podem ser consideradas resultados de uma ampla luta dos movimentos negros, iniciada na (re)abertura política dos anos de 1980 (SILVA, 2005).

Sobre a percepção do movimento negro, Hamilton Bernardes Cardoso (1978) nos diz que:

(...) “o Movimento Negro não é algo isolado do conjunto de manifestações de massas. Dele se alimenta, alimentando-o, participa de suas derrotas e de suas vitórias. Partindo da percepção da riqueza que o contato com outros movimentos sociais levava – como enfatiza a epígrafe –, atentando para o que acontecia no Brasil e no mundo, os movimentos negros buscavam ampliar esse diálogo”. (CARDOSO, 1978, p. 38).

À medida que novas demandas foram surgindo, muitas participantes do movimento negro (como é o caso das mulheres negras), perceberam que suas demandas específicas não eram contempladas e diante disso criaram outras formas de manifestações dentro do

próprio MNU. A partir disso, dentro do movimento negro foi criado o feminismo negro, que visa atender as reivindicações/demandas específicas das mulheres negras.

1.3.3 Feminismo negro: a luta contra o silêncio das invisíveis

Durante décadas as mulheres negras têm atuado contra o silêncio sobre as suas condições de vida e sobre a invisibilidade de suas reivindicações, buscando no aporte das lutas feministas e antirracistas espaços sociais de igualdade e para o exercício de sua cidadania.

As denúncias sobre o sexismo na sociedade brasileira e outras formas de discriminação, bem como o silêncio sobre outras formas de opressão como as racistas, vêm exigindo “a reelaboração do discurso e práticas políticas do feminismo” (CARNEIRO, 2003, p.117).

O que leva a partir de então, à necessidade de compreender as particularidades das mulheres negras, questionando assim a visão homogenizadora e universalizante do feminismo europeu/brasileiro.

Nosso interesse é poder refletir sobre as construções culturais e históricas da dominação e discriminação sofrida pelas mulheres negras na sociedade brasileira, subjetivada por uma grande maioria delas, desde sua infância, como expressões de uma negatividade da raça, a exemplo do cabelo “ruim, pixaim, bombril” e também reconhecer sua organização e luta para a compreensão do que é ser mulher e ser negra em dita sociedade.

Até a década de 1980, o movimento feminista brasileiro encontrava-se identificado com as seguintes demandas: a luta contra a dominação masculina, a busca pela igualdade de direitos entre homens e mulheres e as lutas sociais.

As diferenças no interior do movimento feminista só emergem com a democratização do país e com a mobilização das mulheres em vários outros movimentos sociais.

Como nos diz Céli Pinto (2003):

“O fato de parte significativa das feministas pertencer às camadas intelectuais lhes dá uma posição particular em relação a outros grupos que se organizam em movimentos, como por exemplo os sem-terra, os indígenas e os negros” (PINTO, 2003, p.85).

Cláudia Cardoso (2008) complementa essa ideia dizendo que:

“Se de um lado o saber permite a uma parcela das feministas a autoridade da fala, impossibilita, por outro a apropriação da prática discursiva pelas mulheres negras feministas, na medida em que as produções feministas,

de modo geral, são evasivas no trato teórico da relação entre gênero e raça no Brasil, na importância das diferenças raciais na constituição de gênero e das identidades das mulheres” (CARDOSO, 2008, p.3).

Para Avtar Brah (2006, p.345) há uma tendência de se considerar o racismo como uma questão que diz respeito somente aos negros, o que em seu entendimento, é um equívoco, pois “tanto negros como brancos experimentam seu gênero, classe e sexualidade através da raça”.

Inicia-se a partir desse período uma crítica à forma como o feminismo se apresentava: liderado por mulheres brancas, urbanas, da classe média alta, acadêmicas, intelectuais, bem como influenciado pelas feministas oriundas dos países ocidentais desenvolvidos (PIERUCCI, 1999).

Neste contexto, as desigualdades de gênero não eram mais suficientes, pois esse conceito – utilizado muitas vezes pelas feministas americanas somente para referirem-se as diferenças baseadas no sexo - não contemplava distinções que existiam entre as próprias mulheres, ou seja, aspectos associados à classe e raça/etnia (PIERUCCI, 1999).

Neste momento de pluralização no interior do movimento feminista, as mulheres negras começam a questionar suas posições, tecendo críticas e reivindicando espaço para a discussão de suas próprias demandas. (PIERUCCI, 1999).

Nas sociedades de classe, mulheres negras, por vezes sofrem uma tripla exploração: gênero, classe e raça (STOLKE, 1991).

Dessa forma, discutir o peso da questão racial na configuração dessas sociedades desiguais tornou o movimento feminista mais representativo quanto ao conjunto de mulheres brasileiras. E como explica Sueli Carneiro:

“É possível afirmar que um feminismo negro, construído no contexto de sociedades multirraciais, pluriculturais e racistas – tem como principal eixo articulador o racismo e seu impacto sobre as relações de gênero, uma vez que ele determina a própria hierarquia de gênero em nossas sociedades” (CARNEIRO, 2001, p.2).

Sueli Carneiro completa ainda dizendo:

“Enegrecendo o feminismo é a expressão que vimos utilizando para designar a trajetória das mulheres negras no interior do movimento feminista brasileiro. Buscamos assinalar, com ela, a identidade branca e ocidental da formulação clássica feminista, de um lado; e, de outro, revelar a insuficiência teórica e prática política para integrar as diferentes expressões do feminino construídas em sociedades multirraciais e pluriculturais” (CARNEIRO, 2003, p.118).

As organizações de esquerda têm argumentado dentro de uma visão marxista e ortodoxa que a classe é a coisa mais importante. Claro que classe é importante. É preciso compreender que classe informa a raça. Mas raça também informa a classe. E gênero

informa a classe. Raça é a maneira como a classe é vivida. Da mesma forma que gênero é a maneira como a raça é vivida (DAVIS, 2016)

Angela Davis (2016) nos diz ainda que precisamos refletir bastante para percebermos as intersecções entre raça, classe e gênero, de forma a percebermos que entre essas categorias existem relações que são mútuas e outras que são cruzadas. Ninguém pode assumir a primazia de uma categoria sobre as outras.

A partir da organização das mulheres negras foi possível considerar um avanço nas articulações e diálogos no interior do movimento feminista, verificando o reconhecimento em cessar com a invisibilidade negra, e conscientizando a respeito das diferenças femininas.

Percebe-se o quanto foi importante a mobilização e organização das mulheres negras diante da inquietude por falta de representação de suas especificidades no interior do movimento feminista, emergindo assim a necessidade de um movimento firmado na compreensão dos processos de opressão em torno da mulher negra, da qual reflete um novo cenário de luta e organização para uma perspectiva e afirmação do feminismo negro, do qual percebe a essência do ser mulher e negra.

A breve trajetória das feministas negras revela que essas ativistas do feminismo negro ocuparam secretarias de governo; elaboraram programas governamentais voltados à população negra; lecionaram em universidades públicas e privadas; presidiram diversas entidades que buscam a igualdade social para a população negra, conseguiram financiamento de agências internacionais às suas ações; representaram o país em conferências internacionais, etc.

Essas ativistas negras, vinculadas tanto ao movimento negro quanto ao movimento feminista, desde o início da década de 1980 até meados da década de 1990 galgaram importantes posições no espaço político nacional. Outras mais continuaram desde a chegada do século XXI representando as mulheres – negras e ou feministas – em outras atividades, cargos e representações institucionais, acadêmicas do(s) movimento(s) e oficiais.

Percebe-se o grau de importância que o movimento de mulheres negras teve na busca e conquista de direitos para população negra, principalmente as mulheres negras. Sendo necessário adentrarmos numa breve reflexão a cerca do movimento de mulheres negras.

1.3.3.1 – Uma breve reflexão sobre o movimento de mulheres negras

O movimento de mulheres negras menciona em seu texto sobre as novas agendas feministas na Conferência Nacional de Mulheres Brasileiras, que o movimento deve ser gerido por mulheres negras, indígenas, brancas, lésbicas, nortistas, nordestinas, urbanas, rurais, sindicalizadas, quilombolas, jovens, de terceira idade, portadoras de necessidades especiais, de diferentes vinculações religiosas e partidárias.

A respeito das posições dessa pluralidade detiveram-se criticamente salientando questões mais urgentes da conjuntura nacional e internacional, nos obstáculos contemporâneos persistentes para a realização da igualdade de gênero e dos desafios e mecanismos para a sua superação (CARNEIRO, 2003).

A respeito disso Foucault (2007) nos diz que:

“Sabe-se bem que não se tem o direito de dizer tudo, que não se pode falar de tudo em qualquer circunstância, que qualquer um, enfim, não pode falar de qualquer coisa. Tabu do objeto, ritual da circunstância, direito privilegiado ou exclusivo do sujeito que fala: temos aí o jogo de três tipos de interdições que se cruzam, se reforçam ou se compensam, formando uma grade complexa que não cessa de se modificar. Notaria apenas que, em nossos dias, as regiões onde a grade é mais cerrada, onde os buracos negros se multiplicam, são as regiões da sexualidade e as da política como se o discurso (...) fosse um dos lugares onde elas exercem, de modo privilegiado, alguns de seus mais terríveis poderes. Por mais que o discurso seja aparentemente bem pouca coisa, as interdições que o atingem revelam logo, rapidamente, sua ligação com o desejo e com o poder” (FOUCAULT, 2007: p.9-10).

Basta observar o modo como desvendou o surgimento do feminismo negro a partir do enfrentamento de demandas do cotidiano dessas mulheres. Nesses termos, explicita a forma com que essas agentes desenvolveram estratégias, ecoaram suas vozes por entre as grades cerradas da sexualidade e da política mesmo que, para tanto, fosse necessário se posicionar frente aos ditames dos movimentos negro e feminista:

“A singularidade da condição racial da mulher negra e a categoria raça serviu no momento inicial como moeda simbólica para, frente às feministas "brancas", criar a diferenciação - moeda da condição mulher (gênero) como instrumento de questionamento ao movimento negro a respeito das posições secundárias assumidas e impostas às lideranças femininas no seio das entidades dos vários segmentos do movimento negro” (MOREIRA, 2011, p.116-117).

Por ocasião da III Conferência Mundial de Mulheres em Nairóbi/1985, Albertina Costa (feminista branca), Thereza Santos e Sueli Carneiro (ativistas negras), organizaram juntas, uma publicação que continha um diagnóstico acerca da situação da mulher brasileira em diferentes esferas sociais (CARNEIRO et al, 1985).

Sueli Carneiro e Thereza Santos (1985) concluíram que as mulheres não brancas (pretas e pardas), comparadas com as mulheres brancas eram as que enfrentavam

maiores dificuldades tanto na área educacional, quanto no campo de trabalho, pois ocupavam os piores cargos e apresentavam o menor nível de escolaridade.

“Os eventos nacionais e internacionais das décadas de 1980 e 1990 funcionaram como arenas políticas importantes para as feministas negras, que ao incorporarem as variáveis raça e classe, entrelaçadas à de gênero, objetivaram expor as desigualdades sociais pelas quais passavam” (DAMASCENO, 2009, pág. 47).

A ação articulada dos movimentos de mulheres negras, jovens e lésbicas definiu, no plano de políticas, ações voltadas para o enfrentamento do racismo, do sexismo e da lesbofobia institucionalizada no Estado brasileiro.

Um dos principais desafios dos movimentos sociais, especialmente os movimentos negro e feminista, é incorporar a luta contra o sexismo e o racismo como parte fundamental para sua construção de sujeito político. Para isso, é imprescindível reconhecer as mulheres negras como sujeitos políticos. Promovendo assim, rupturas com processos discriminatórios e segregadores, que possibilitam o tratamento subalterno destinado a esses sujeitos.

Os movimentos sociais brasileiros empreenderam um processo de profunda transformação social no país. Dentre esses movimentos, podemos destacar o movimento negro e feminista como sujeitos políticos preocupados com esse ideal.

O feminismo alterou as relações sociais, evidenciando as desigualdades e discriminações baseadas no gênero, bem como a condição secundária cidadã das mulheres, dada a sociedade e o Estado Brasileiro: patriarcal, racista e classista, como frisava Heleith Saffioti.

O feminismo reivindicou e inaugurou novos direitos, como o direito cidadão ao voto, desde os tempos do movimento sufragistas, “alcançado” de modo limitado pelas mulheres excluídas dele: mulheres e homens analfabetos integrados por uma maioria da população negra de ambos os sexos, mas continuou sendo um direito reivindicado até quando analfabetas/os puderam votar.

O feminismo lutou pela autonomia das mulheres, exemplo, pelos direitos sexuais e direitos reprodutivos e os mecanismos legais e sociais de proteção das mulheres para exercer sua cidadania nas esferas pública e privada, livre da violência (WERNEK, 2010).

O mesmo ocorreu com o movimento negro brasileiro, que manteve uma agenda de questionamento sobre os princípios excludentes sofridos por negras e negros, frente à sociedade e o Estado.

Esse mesmo movimento denunciou o mito da democracia racial, mostrando para a sociedade os efeitos do racismo e das desigualdades; conquistou a transformação do

racismo em crime e ampliou os marcos da cidadania da população negra, exigindo políticas públicas e de ação afirmativa para corrigir as desigualdades históricas.

Um dos principais desafios dos movimentos sociais, especialmente os movimentos negro e feminista, é incorporar a luta contra o sexismo e o racismo como parte fundamental para sua construção de sujeito político. Para isso, é imprescindível reconhecer as mulheres negras como sujeitos políticos, promovendo assim, rupturas com processos discriminatórios e segregadores, que possibilitam o tratamento subalterno destinado a esses sujeitos.

A ação política gerada pelas mulheres negras, dentro do feminismo, principalmente no feminismo negro, não só foi um passo importante para denunciar o quadro de miséria e opressão a que elas estão submetidas, mas também para por fim ao estigma que sempre fez parte de sua representação social, principalmente ao que diz respeito a sua pele e cabelo.

O feminismo negro avança na busca da efetivação de direitos, e se espelha nas várias manifestações de resistência e formas organizativas que auxiliaram a manutenção da população negra e sua tradição e avança cada dia mais na construção da identidade negra, tema que é central na luta contra o racismo e na busca de igualdade social.

CAPÍTULO II – IDENTIDADE RACIAL E O MITO DEMOCRACIA RACIAL

2.1 Identidade e negritude: os campos de construção

O conceito de identidade não pode ser entendido a partir de uma única definição, pois sua construção está associada ao meio em que o indivíduo está inserido, podendo basear-se em fatores culturais, econômicos, étnicos, políticos e geográficos.

Nesse sentido, pensa-se identidade negra como algo construído pelo negro, “não só por oposição ao branco, mas, pela negociação entre os dois, pelo diálogo e pelo conflito entre ambos aonde as diferenças são imprescindíveis na construção da nossa identidade” (GOMES, 2003, p.8). Trata-se de algo mais plural, complexo e instável, a medida que nós criamos várias identidades.

Munanga (1994), ao falar sobre identidade destaca:

(...) “a identidade é uma realidade sempre presente em todas as sociedades humanas. Qualquer grupo humano, através do seu sistema axiológico sempre selecionou alguns aspectos pertinentes de sua cultura para definir-se em contraposição ao alheio. A definição de si (autodefinição) e a definição dos outros (identidade atribuída) têm funções conhecidas: a defesa da unidade do grupo, a proteção do território contra inimigos externos, as manipulações ideológicas por interesses econômicos, políticos, psicológicos, etc.”. (MUNANGA 1994, p. 177-178).

Pode-se dizer que a identidade não é construída no isolamento, mas a partir das nossas relações, da cultura que possuímos, da história que carregamos e dos lugares sociais e políticos que ocupamos, sendo assim formada ao longo de toda a vida.

Vê-se que inseridos em um contexto sócio cultural, nós criamos não só uma, mas várias identidades que andam juntas com a diferença à medida que se traduzem em declarações sobre quem pertence e sobre quem não pertence. Afirmar identidades significa demarcar fronteiras, fazer distinções entre o que fica dentro e o que fica fora, afirmando e reafirmando relações de poder.

Dubar (1997, p.104) diz que a “identidade nunca é dada, é sempre construída e a (re) construir, em uma incerteza maior ou menor e mais ou menos durável”.

Nesta mesma linha Gomes (2005) revela:

“A identidade não é algo inato. Ela se refere a um modo de ser no mundo e com os outros. É um fator importante na criação das redes de relações e de referências culturais dos grupos sociais. Indica traços culturais que se expressam através de práticas linguísticas, festivas, rituais, comportamentos alimentares, tradições populares e referências civilizatórias que marcam a condição humana” (GOMES, 2005, p. 41).

Entende-se que a identidade deriva da dialética entre o indivíduo e a sociedade, pressupondo uma interação, pois mesmo que o sujeito reconheça-se inserido em determinado grupo, é necessário uma resposta social a essa inserção.

Entretanto é preciso reconhecer que somos diferentes para estabelecer a existência de uma diversidade cultural no Brasil. Diferença essa que não deve opor-se a igualdade, e sim a desigualdade e padronização.

Gomes (2005) destaca que, assim como em outros processos identitários, a identidade negra se constrói gradativamente, num movimento que envolve inúmeras variáveis. Pois a identidade negra é uma construção social, histórica e cultural, onde o sujeito se reconhece na conjunção do grupo étnico/racial a partir da sua história, cultura e relações estabelecidas com o outro.

Mas, para compreender o processo de construção da identidade negra no Brasil, é importante considerar não apenas sua dimensão subjetiva, mas, sobretudo o seu sentido político, como aponta Ferreira (2000).

(...) “a identidade da pessoa negra, traz do passado a negação da tradição africana, a condição de escravo e o estigma de ser um objeto de uso como instrumento de trabalho. O afrodescendente enfrenta, no presente, a constante discriminação racial, de forma aberta ou encoberto e, mesmo sob tais circunstâncias, tem a tarefa de construir um futuro promissor” (FERREIRA, 2000, p. 41).

O processo de construção da identidade étnico-racial na sociedade brasileira é bastante complexo, pois os discursos relacionados à mistura racial e cultural geram muitos paradigmas.

A mistura racial ou mestiçagem possui seu viés ideológico, quando se refere às particularidades da nação brasileira. Porém, tal ideologia pode proporcionar o afastamento com uma identidade racial desprivilegiada, como é o caso a identidade negra.

Neste sentido, a identidade negra é entendida, como um processo construído historicamente em uma sociedade que padece de um racismo ambíguo e do mito da democracia racial. Como qualquer processo identitário, ela se constrói no contato com o outro, no contraste com o outro, na negociação, na troca, no conflito e no diálogo (SOUZA, 1990).

Neusa Santos Souza (1990, p.77) diz: “ser negro no Brasil é tornar-se negro”. Assim, para entender o “tornar-se negro” num clima de discriminação é preciso considerar como essa identidade se constrói no plano simbólico”, ou seja, os valores, as crenças, os rituais, os mitos, a linguagem.

Neste sentido Aimé Césaire (1978), entende a negritude como o ato de assumir ser negro e ser consciente de uma identidade, história e cultura específica. Césaire definiu a negritude em três aspectos: identidade, fidelidade e solidariedade.

A respeito desses aspectos Kabengele Munanga (1988, p.44) nos diz que:

“A identidade consiste em ter orgulho da condição racial, expressando-se, por exemplo, na atitude de proferir com altivez: sou negro! A fidelidade é a relação de vínculo indelével com a terra-mãe, com a herança ancestral africana. A solidariedade é o sentimento que une, involuntariamente, todos os "irmãos de cor" do mundo; é o sentimento de solidariedade e de preservação de uma identidade comum”.

Negritude passou a ser um conceito dinâmico, o qual tem um caráter político, ideológico e cultural. No terreno político, negritude serve de subsídio para a ação do movimento negro organizado. No campo ideológico, negritude pode ser entendida como processo de aquisição de uma consciência racial. Já na esfera cultural, negritude é a tendência de valorização de toda manifestação cultural de matriz africana. Portanto, negritude é um conceito multifacetado, que precisa ser compreendido a luz dos diversos contextos históricos.

Na sua fase inicial, o movimento da negritude tinha um caráter cultural. A proposta era negar a política de assimilação à cultura (conjunto dos padrões de comportamento, das crenças, das instituições e dos valores transmitidos coletivamente) europeia (DOMINGUES, 2005).

Com uma arrojada proposta de ruptura, o movimento da negritude pelo menos na sua fase inicial recebeu a proeminente influência ideológica do marxismo. Isto é, o marxismo constituiu um instrumental teórico fundamental no despertar da necessidade de uma consciência negra crítica e autônoma.

Na medida em que o movimento expandiu sua inserção social e poder de mobilização operou-se uma divergência sob o papel do marxismo: de um lado, um grupo minoritário passou a associar negritude à luta de todos oprimidos da sociedade, independente da cor da pele e de outro, um grupo majoritário continuou defendendo que o movimento da negritude pretendia, exclusivamente, construir uma consciência racial sem vínculo com a luta dos demais grupos oprimidos do sistema capitalista (DOMINGUES, 2005, p.28).

Na avaliação de Kabengele Munanga pode-se entender a visão marxista (ou classista) como uma tentativa de mascarar ideologicamente um mecanismo específico de opressão. Não se pode desconhecer que o mundo negro no seu conjunto vive uma situação específica, sofrendo discriminação baseada na cor. Aos problemas específicos devem corresponder dispositivos particulares. O primeiro passo do negro é assumir sua

negritude. Ele sofre, é discriminado devido à cor de sua pele que os outros veem, e não por causa da sua condição de classe (DOMINGUES, 2005, p.36).

A negritude encampa a luta pela conquista do poder, pela independência e assume, igualmente, um discurso de repúdio ao imperialismo e ao racismo. O auge desse processo foi na década de 1960, quando o movimento se internacionalizou, alcançando adeptos, inclusive nos países do denominado Terceiro Mundo como o Brasil.

O discurso de volta às origens, alardeado pela ideologia da negritude não atingia as massas africanas, as quais permaneciam em sua maioria analfabetas e preservando os valores da cultura tradicional. Por isso, o discurso da negritude na África, a princípio, apenas sensibilizava a elite colonial negra, que vivia material e espiritualmente nos moldes do colonizador (DOMINGUES, 2005, p. 32).

A elite negra situava-se socialmente entre a massa trabalhadora africana e a minoria de brancos, representantes da metrópole. Apesar do contato com as massas camponesas e culturas tradicionais africanas, aquela pequena burguesia negra aspirava ter um nível de vida equivalente ao dos brancos. Para tanto incorporavam os hábitos, roupas, língua e arquitetura do colonizador. As negras em alguns casos alisavam os cabelos e buscavam clarear a pele (MEMMI, 1989).

O fenômeno da assimilação foi denunciado, metaforicamente por Franz Fanon no título de seu livro *Pele negra, máscaras brancas*, uma alusão aos negros que - para integrar-se socialmente - rejeitavam-se, incorporando em seus "corpos e mentes" o ideal de ser branco, alisando o cabelo e assumindo deste último a música, a religião, os costumes, em suma, a cultura. Foi justamente para reagir a esse estado de alienação que surgiu o movimento da negritude, que trazia em seu bojo o desejo de reencontro com uma identidade presumivelmente perdida. Como a libertação do negro passa pela reconquista de si, o movimento da negritude assumirá a cor negada e verá nela traços de beleza.

No plano social, continuavam sendo negros e, conseqüentemente, tratados como inferiores e foi justamente para dar uma resposta a esse sentimento de marginalização racial e frustração existencial que a pequena-burguesia negra resolveu revalorizar sua identidade no "mundo dos brancos", empreendendo um discurso de afirmação racial e volta às raízes da cultura africana.

No Brasil, o conceito de negritude popularizou-se com o tempo, ampliando seu raio de inserção social e adquirindo novos significados. A partir do final da década de 1970, negritude tornou-se sinônimo do processo mais amplo de tomada de consciência racial do negro brasileiro. No terreno cultural, a negritude se expressava pela valorização dos símbolos culturais de origem negra, destacando-se o samba, a capoeira, os grupos de

afoxé. No plano religioso, negritude significava assumir as religiões de matriz africana, sobretudo o candomblé. Na esfera política, negritude se definia pelo engajamento na luta antirracista, organizada pelas centenas de entidades do movimento negro.

No Brasil integração social de negras/negros nas diferentes estruturas que compõem a sociedade brasileira acabou por provocar a busca da identificação de ser negro/negra pelos grupos que estão representando essa população, promovendo dentro da sociedade brasileira o reconhecimento positivo das contribuições da população negra na dinâmica e história do país, negligenciados até o momento.

Esse movimento e as mudanças na sociedade brasileira relacionadas aos processos educacionais e de emprego, tem incorporado a população negra a ambas estruturas sociais, levando o mercado de consumo a reconhecê-las/os cada vez mais como consumidoras/es, como o caso da população beneficiada pela política de assistência social com o programa Bolsa Família, que tem sido objeto de muitas críticas, como estimulador do consumo nas “novas camadas sociais da classe média”, nesse processo, a população negra, sobre tudo as mulheres, reconhecida por vários estudos nacionais e internacionais.

Não escapa dessa dinâmica, o crescimento brasileiro da indústria de cosméticos, um novo nicho de mercado e de exaltação da beleza em geral e particularmente da beleza negra.

Esse movimento na estrutura social brasileira tem levado o mercado de consumo a reconhecê-los, e a disponibilizar diversas linhas de produtos, em especial de higiene pessoal, cosméticos e de beleza em geral, específicos para negras e negros.

Partindo do pressuposto de que a identidade é um processo de construção social, verifica-se que a identidade negra recebeu uma carga de interpretação social negativa, ressaltando o lugar de subalternidade deste grupo social. Porém, esta identidade precisa ser trabalhada de forma positiva, visto que a solidificação da ideia pejorativa e marginalizada, leva muitos negros/as à autonegação, principalmente no que diz respeito a seu cabelo, que é negativamente categorizado como ruim, pixaim, carapinha.

Contudo, vale destacar que apesar da significativa presença demográfica de negros/as no Brasil, é um grande desafio construir uma identidade negra positiva em uma sociedade que vive no mito da democracia racial, que nega a desigualdade entre brancos e negros como fruto do racismo.

2.2 Mito da democracia racial no Brasil: desconstruindo a falácia

A ideia de que o Brasil seria uma sociedade sem "linha de cor" - uma sociedade sem barreiras legais que impedissem a ascensão social de pessoas de cor a cargos oficiais e a posições de riqueza ou prestígio — estava já bastante difundida no mundo, principalmente nos Estados Unidos e na Europa, bem antes do nascimento da sociologia.

A respeito disso Abdias do Nascimento (1978, pp.41) relata:

“(...) erigiu-se no Brasil o conceito de democracia racial; segundo esta, pretos e brancos convivem harmoniosamente, desfrutando iguais oportunidades de existência. (...) A existência dessa pretendida igualdade racial constitui o 'maior motivo de orgulho nacional' (...)”. No entanto, "devemos compreender democracia racial como significando a metáfora perfeita para designar o racismo estilo brasileiro: não tão óbvio como o racismo dos Estados Unidos e nem legalizado qual o apartheid da África do Sul, mas eficazmente institucionalizado nos níveis oficiais de governo assim como difuso no tecido social, psicológico, econômico, político e cultural da sociedade do país.”

No Brasil moderno, tal ideia deu lugar à construção mítica de uma sociedade sem preconceitos e discriminações raciais. Mais ainda: a escravidão mesma, cuja sobrevivência manchava a consciência de liberais como Nabuco, era tida pelos abolicionistas americanos, europeus e brasileiros como mais humana e suportável no Brasil, justamente pela ausência linha de cor²⁸.

Célia de Azevedo (1994, p.155) registra esta intervenção de Frederick Douglas numa palestra de 1858 em Nova York:

"Mesmo um país católico como o Brasil — um país que nós, em nosso orgulho, estigmatizamos como semibárbaro — não trata as suas pessoas de cor, livres ou escravas, do modo injusto, bárbaro e escandaloso como nós tratamos. [...] A América democrática e protestante faria bem em aprender a lição de justiça e liberdade vinda do Brasil católico e despótico.²⁹

Democracia racial, a rigor, significa um sistema racial desprovido de qualquer barreira legal ou institucional para a igualdade racial, e, em certa medida, um sistema racial desprovido de qualquer manifestação de preconceito ou discriminação (DOMINGUES, 2005).

A lei Áurea, em 1888, aboliu a escravidão, o principal dispositivo institucional de opressão dos negros no Brasil e em 1889, a proclamação da República universalizou, em tese, o direito à cidadania. Do ponto de vista do discurso legal, cidadãos negros

²⁸ Sobre a opinião de Ruy Barbosa, Joaquim Nabuco, André Rebouças e outros acerca do caráter das relações raciais no Brasil, ver: Azevedo, Célia Maria M. de. "Abolicionismo e memória das relações raciais". Estudos Afro-Asiáticos, nº 26, 1994.

²⁹ Azevedo, Célia Maria M. de. "O abolicionismo transatlântico e a memória do paraíso racial brasileiro". Estudos Afro-Asiáticos, nº 30, 1996, p. 150.

passariam a desfrutar de uma igualdade de direitos e oportunidades em relação aos brancos em todas as áreas da vida pública: educação, emprego, moradia, terra, saúde, lazer, etc.

No entanto não se pode esquecer que, na Constituição de 1891, os analfabetos não tinham direitos políticos, ou seja, não podiam votar e ser votados, condição na qual se encontrava a maioria da população negra, em São Paulo, no alvorecer da República. Assim, a inexistência da igualdade política, anulava na prática, muitos dos supostos avanços da teoria (AGUIAR, 1975).

Neste novo contexto, os negros continuaram em desvantagem frente aos brancos e não podiam concorrer em condições iguais; a cor não deixou de ser um fator restritivo ao sucesso individual e/ou do grupo.

Por isso, na competição que se instaurou entre negros e brancos, o trabalho, a competência, inteligência, capacidade e esforço individual não poderiam ter sido os únicos requisitos que iriam determinar o acesso aos bens públicos e privados. Já que o mérito não era o único critério para o indivíduo vencer na vida em uma sociedade marcada pela desigualdade, qualquer infortúnio pessoal poderia ser entendido como reflexo das injustiças raciais ou como distorções do sistema social.

No entanto pelo discurso da elite, o fracasso na vida do negro devia ser interpretado como consequência das suas próprias deficiências, pois o sistema oferecia igualdade de oportunidades a todos os negros e brancos, indistintamente.

Segundo George Andrews (1998, p.210):

“Se os negros fracassaram em sua ascensão na sociedade brasileira, evidentemente isso foi por sua própria culpa, pois essa sociedade não reprimiu nem obstruiu de modo algum o seu progresso. A realidade continuada da pobreza e marginalização dos negros não era vista como uma refutação da idéia de democracia racial, mas sim como uma confirmação da preguiça, ignorância, estupidez, incapacidade etc., o que impedia os negros de aproveitar as oportunidades a eles oferecidas pela sociedade brasileira (...)”.

Quando respaldava o mito da democracia racial, o negro assumia toda a culpa por seu fracasso. "A culpa não é dos brancos - é nossa! Pois os meios estão aí ao nosso alcance e disposição", dizia um jornal da "imprensa negra"³⁰.

As ideologias são imagens invertidas do mundo real e as relações sociais de dominação as produzem para ocultar os mecanismos de opressão. Assim, o mito da democracia racial era uma distorção do padrão das relações raciais no Brasil, construído

³⁰ O Bandeirante. São Paulo, 09/1918, p.3. A "imprensa negra" é uma referência aos jornais alternativos que surgiram em São Paulo no pós-abolição, produzidos por negros e dirigidos à comunidade negra. Dentre esses jornais, são citados neste artigo O Bandeirante, Getulino, O Kosmos, O Clarim da Alvorada e O Patrocínio. Sobre o assunto, consultar: FERRARA, Mirian Nicolau. A Imprensa Negra Paulista (1915-1963). São Paulo: Ed. FFLCH-USP, Coleção Antropologia, 1986.

ideologicamente por uma elite considerada branca, intencional ou involuntariamente, para maquiagem a opressiva realidade de desigualdade entre negros e brancos (COSTA, 1979).

Gilberto Freyre, sociólogo brasileiro dos anos 1930, foi responsabilizado pela criação deste “mito da democracia racial”, embora não houvesse dito ou escrito nada diretamente com este nome. Mas foi através de sua obra que teria surgido esta ideia de que no Brasil não há racismo, então os que a adotaram seguiram repetindo o mesmo erro que o autor cometeu no início do século XX.

Por essa percepção, a “superação” do racismo do negro se daria por conquista individual e não por luta coletiva dos mesmos, sendo esta uma grande peculiaridade brasileira. Consequentemente, os intermediários no sistema (os apadrinhados pelo senhor de escravos) é que na modernidade conquistarão empregos como o de bacharel e trabalhos manuais especializados.

A respeito disso Florestan Fernandes afirma que:

"Não se entende a situação do negro e do mulato fazendo-se tábula rasa do período escravista e do que ocorreu ao longo da instauração da ordem social competitiva. [...] Do ponto de vista sociológico, o que interessa, nesse pano de fundo, é o fato de que os estoques negro e mulato da população brasileira ainda não atingiram um patamar que favoreça sua rápida integração às estruturas ocupacionais, sociais e culturais do capitalismo" (FERNANDES, 2006, p. 272).

Freyre percebeu que a saída do negro da condição subalterna, se daria via conquista individual (a história do negro de alma branca) ao contrário dos Estados Unidos em que numa condição de apartheid tiveram que se unir em movimentos pró-direitos civis como o liderado por Martin Luther King.

Talvez por exaltar essa possibilidade de crescimento dos estratos intermediários, muitos culpam Freyre de haver alimentado o mito da democracia racial (uma igualdade das raças). Faltou a Freyre perceber este ponto de partida diferenciado entre negros e brancos, em que os primeiros, em sua imensa maioria, continuam na penúria e pobreza, em condições degradantes como na escravidão.

Segundo Fernandes (2007, p. 43-44), o mito da falsa verdade, da existência de uma rela democracia racial, decorria de dois equívocos básicos ligados à proposição de que o preconceito racial seria neutro. O primeiro deles seria fruto da compreensão de que a miscigenação foi tomada “como índice de integração social e como sintoma, ao mesmo tempo, de fusão e de igualdade raciais”.

O segundo equívoco, decorrente do primeiro, estaria na confusão entre a existência de padrões de tolerância racial que imperariam “na esfera do decoro social com igualdade racial propriamente dita” (FERNANDES, 2007, p. 67).

Para Freyre a miscigenação havia garantido o equilíbrio dos antagonismos presentes no processo de formação da sociedade brasileira, criando condições para o surgimento de uma civilização original. Essa miscigenação, que teria se dado no âmbito da cultura, restringindo sua aplicação à biologia, mas também permitindo que ela se ligasse ao conceito de democracia (KERN, 2014).

A formação de uma ideologia da excepcionalidade racial tornou-se pré-requisito para a compreensão mais ampla da política racial no Brasil. Para Freyre e seus seguidores, a desigualdade racial existente era fruto da escravidão dos negros e previa seu desaparecimento em pouco tempo. O pilar de sustentação de seu argumento era solidificado pela ideia da miscigenação, sendo essa um aspecto positivo das relações raciais no país. A mistura racial, miscigenação ou mestiçagem (termo derivado do espanhol *mestizaje*) equivale à mistura racial, como informa Telles (2003, p. 2) e constitui a viga mestra da ideologia racial brasileira.

“Escapava” também a Freyre que o princípio da igualdade política e jurídica não é meramente descrito a uma esfera específica da sociedade e que, em certo sentido, qualquer caminho alternativo que o ‘contorne’ está viciado de nascença. Igualdade não é um mero direito que pode ser compensado por valores e práticas benignas de assimilação e integração. Igualdade é o valor básico da modernidade ocidental, sendo a fonte de dignidade e reconhecimento individual em primeira instância.

De acordo com Telles (2003) a crítica gerada pelo mito da democracia racial instala-se na contradição com que a ideia de mestiçagem é tratada; para Freyre, ela perpassa a noção de inclusão social; no entanto, em termos práticos, ela perpetua a situação de exclusão vivida pelo negro na sociedade brasileira. Isso se deve ao fato de que a exclusão refere-se à falta de integração social que se manifesta por meio de regras que limitam o acesso de grupos específicos aos recursos e direitos de cidadania.

Essa pode ser apropriada para descrever a realidade da sociedade brasileira, pois um terço dos brasileiros vive na pobreza, como cita o autor em questão, uma vez que os pobres são, em percentuais desproporcionalmente altos, majoritariamente negros, assim a exclusão é a antítese da miscigenação (2003, p. 2).

A possibilidade de premiar o desempenho individual e traçar hierarquias alternativas e independentes da igualdade político-jurídica, existe, e é um ponto importante do debate político contemporâneo. Mas este não é um caminho alternativo à igualdade política, mas ao contrário, a pressupõe.

O caminho do ‘embranquecimento’ é um caminho viciado porque o branco já é, desde o começo, ‘superior’ ou ‘mais igual’ que o não branco. Nenhuma possibilidade real de ‘embranquecimento’ elimina essa realidade prévia e fundamental.

Hoje no Brasil, repercute, por exemplo, na dificuldade da aceitação das cotas nas Universidades Federais. Nos Estados Unidos, além dos negros se unirem e conseguirem lutar mais pelos seus direitos, as cotas raciais não têm a mesma repercussão e rejeição. Existe uma diferença entre o estigma e o orgulho gerado, em parte, por essas diferenças da escravidão entre os dois países. Orgulho no caso do negro estadunidense é visível. Já o sentimento de estigma, a própria vergonha de sua cor, faz com que o brasileiro tenda a todo custo se afastar de sua origem racial e “embranquecer-se” para ser aceito na sociedade moderna.

Por isso fala-se em superação individual do racismo (embora ele nunca seja plenamente superado) no Brasil e em superação coletiva do racismo nos Estados Unidos ou ainda na África do Sul.

Muitas dessas ideologias, até hoje repercutem diretamente na ideia de beleza, na imagem que negros e negras desenvolveram em relação a seu próprio corpo e cabelo, símbolos de estigmatização pela sociedade racista.

2.3 Corpo e beleza na sociedade de consumo

Desde a Grécia antiga até os dias atuais, tem existido o interesse pelas coisas e pessoas belas. Umberto Eco (2004, p.193) perguntava-se: “Que cânones, gostos e costumes sociais permitem considerar ‘belo’ um corpo?”

A tentativa de encontrar uma definição universal a um conceito histórico, pode resultar em um interminável jogo de palavras que se limita a expressar valores. E estes são culturais e históricos. Pode-se dizer ainda, que a compreensão do que é belo está relacionada com a cultura. De acordo com José Luiz dos Santos (2006):

“A cultura diz respeito à humanidade como um todo e ao mesmo tempo a cada um dos povos, nações, sociedades e grupos humanos. Cultura diz respeito a tudo aquilo que caracteriza a existência social de um povo ou nação” ou então de grupos no interior de uma sociedade (SANTOS, 2006, p.8).

Estudos enfatizam que quase todas as culturas têm padrões específicos relativos ao que é atrativo ou desejável (Afonso et al., 2000; Barros, 2005; Borges, 2005; Castro, Andrade & Muller, 2006).

A beleza pode, então, se expressar de forma idêntica em muitas delas. Em contrapartida, o que é belo para um povo pode não receber a mesma qualificação em outra sociedade. Entretanto, em qualquer uma delas, aquilo que é visto como belo será, sem dúvida, algo que causa satisfação, prazer e agrado ao observador.

Quando se fala em padrão, tem-se a ideia de uniformidade, entretanto essas padronizações socioculturais e historicamente construídas, são relativas, expressam visões subjetivas e até preconceituosas em termos de classe, gênero/sexo, raça e etnia. O padrão de beleza corporal seria um conjunto de características que um corpo deveria apresentar para ser considerado como belo por determinados grupos e indivíduos.

O corpo aqui referido é aquele que se torna objeto de consumo, que segue como locus privilegiado da construção da identidade feminina, sendo a imagem da mulher e do que é considerado feminino associada à beleza [branca e jovem], e isso revela o emaranhado de discursos, com destaque para os discursos sexistas, racistas e classistas as quais o corpo está inserido.

Adorno e Horkheimer (1985) afirmam que quanto mais forte ficam os estereótipos socioculturais, mais difícil é para as pessoas mudarem de opinião sobre determinado assunto. Assim ocorre com os padrões de boa forma e beleza.

O corpo funciona como materialidade simbólica de significação, sendo “uma superfície sobre o qual se inscreve o social” (SOUZA, 2004). O corpo, por suas formas e usos pode, assim, ser considerado um capital, ou seja, um recurso de poder que os atores sociais utilizam em um determinado espaço social para nele obter vantagens. Esse capital pode ser convertido em outros tipos de capitais – econômico, social, cultural e simbólico (BOURDIEU, 2007).

Os corpos são atravessados por classificações e atribuições de qualidades e status, o corpo velho é desvalorizado, assim como o corpo negro, pobre. As mídias, a medicina, as políticas públicas são alguns espaços de configurações dos corpos, e os agentes sociais têm participação direta nesse processo, ao selecionarem e disseminarem imagens e discursos que apresentam corpos e produtos – habitualmente corpos brancos, magros – e constroem significados positivados sobre estes, deixando os outros corpos sem representatividade significativa nestes espaços.

Com a chegada do século XIX, a revolução industrial e as políticas sanitárias iniciadas na Europa já no século XVIII deram novo entendimento ao corpo (FOUCAULT, 1979). Era necessário cuidar da saúde do corpo e a gordura começa a ser criticada e mal vista, como sinal de desleixo, inaugurando, entre outras coisas, a noção de beleza aliada à um corpo magro e saudável.

Desde o início do século XX, as mulheres brasileiras viveram diversas mudanças corporais e ressignificações, acompanhando o mercado do vestuário e de novos bens de consumo, desde o surgimento do batom em 1925, à norma estética da magreza (PRIORE, 2004).

A obsessão pelo ideal de beleza (loira, magra e jovem) inatingível para a grande maioria das pessoas (principalmente para as mulheres negras das classes menos favorecidas economicamente) pode reverter na própria desconstrução do indivíduo, mediado pelos interesses da indústria de consumo.

No entanto por trás da construção dos padrões de boa forma e beleza esconde-se uma ideologia política, elitista e social. Que torna a estética corporal um divisor social, na medida em que exclui os que não estão de acordo com os arquétipos difundidos principalmente pelos meios de comunicação de massa.

Fischler (1995), diz que o corpo constitui nas sociedades contemporâneas uma conduta resultante de coerções sociais, elas também são expandidas e propagadas pelos meios de comunicação de massa, entre eles TV, revistas, jornais. Basta lembrar as situações de desprezo e desprestígio experimentadas pelos obesos e pelas pessoas consideradas feias em nossa sociedade, a exemplo das mulheres e homens negras/os.

Essa discriminação se estende em todo o âmbito social, seja para encontrar um emprego, um namorado, ou nos comentários maldosos, preconceituosos, racistas feitos por outros indivíduos nas ruas e na própria mídia, o que ajuda a reforçar os estereótipos de corpo e/ou beleza (im)perfeito/a.

Adorno e Horkheimer (1985) afirmam que os meios de comunicação de massa impõem padronização e uma das táticas utilizadas para que as pessoas sigam os modelos é utilizar estereótipos. O que Laswell (2006) apud Wolf (2006), também sustenta ao afirmar que a comunicação na mídia é intencional e orientada para obter um efeito nos indivíduos.

É possível perceber a diminuição da tolerância para os desvios nos padrões estéticos socialmente postos, evidenciado com a veiculação de imagens de mulheres em programas, novelas e revistas femininas e masculinas, expressão do corpo-beleza, do corpo “perfeito” – marcado por questões de raça/etnia, geração, classe, entre outras categorias.

Neuza Souza (1983), psicanalista negra, destaca o forte impacto gerado a partir da ideologia do branqueamento sobre a personalidade de grupos negros e aponta que o negro, em processo de ascensão, é coagido a desejar a branquitude.

Bell (1995) articula que o racismo criou e mantém uma estética que fere negras e negros, um modo de compreender a beleza de modo amplo que causa dor. É preciso ver a escuridão com outros olhos, ressignificar, para que se fortaleçam novas visões e estéticas, precisamos de uma estética negra estranha, transgressora.

Cotidianamente podemos constatar nos discursos e imagens midiáticas a respeito do corpo e do belo, que neles sempre estão presentes componentes de classe, raça e etnia, onde massivamente é transmitido por meio de todo tipo de mensagens que o padrão de beleza ideal é o branco, magro e jovem, o que afeta diretamente a população negra (maioria da população brasileira) na aceitação da sua própria beleza negra, principalmente ao que diz respeito ao seu corpo e a seu cabelo.

2.3.1 Corpo e cabelo como símbolos de identidade e beleza

O cabelo crespo, objeto de constante insatisfação, principalmente nas mulheres, é visto no sentido de uma revalorização, o que não deixa de apresentar contradições e tensões próprias do processo identitário. Essa revalorização extrapola o indivíduo e atinge o grupo étnico/racial a que se pertence. Ao atingi-lo, acaba remetendo, às vezes de forma consciente e outras não, a uma ancestralidade africana recriada no Brasil.

A respeito disso Gomes (2002, p.2) nos diz que:

“Ao falarmos sobre corpo e cabelo, inevitavelmente, nos aproximamos da discussão sobre identidade negra. Essa identidade é vista, como um processo que não se dá apenas a começar do olhar de dentro, do próprio negro sobre si mesmo e seu corpo, mas também na relação com o olhar do outro, do que está fora. É essa relação tensa, conflituosa e complexa que este trabalho privilegia, vendo-a a partir da mediação realizada pelo corpo e pela expressão da estética negra. Nessa mediação, um ícone identitário se sobressai: o cabelo crespo. O cabelo e o corpo são pensados pela cultura. Nesse sentido, o cabelo crespo e o corpo negro podem ser considerados expressões e suportes simbólicos da identidade negra no Brasil. Juntos, eles possibilitam a construção social, cultural, política e ideológica de uma expressão criada no seio da comunidade negra: a beleza negra. Por isso não podem ser considerados simplesmente como dados biológicos”.

Na sociedade brasileira o cabelo racialmente de negro/a, expressa o conflito racial vivido por negras/os e brancas/os em nosso país. É um conflito coletivo, do qual todas/os participamos. Considerando a construção histórica do racismo brasileiro contra negras/os, destaca-se nesse processo o segmento étnico/racial negro, que foi relegado a estar no pólo oposto de quem exerce o poder. Eles/elas sofrem o processo de dominação política, econômica e cultural, enquanto que o branco/a está no pólo dominante. O que não significa que essa separação seja aceita passivamente pela população negra.

É perfeitamente notável o papel desempenhado pelos cabelos, assim como a cor da pele na construção da identidade negra, fato que determina de maneira marcante como negros/as se veem e como são vistos/as perante a sociedade. Porém, dependendo do contexto social em que o/a negra/o esteja inserida/o, os cabelos continuam sendo vistos como marca de inferioridade.

Os estudos referentes ao cabelo crespo despontam no cenário historiográfico de forma bastante tímida e lenta à medida que antes de 2002, o tema aparece tangencialmente em alguns trabalhos, como o de Muniz Sodré (1999) e o de Jocílio Teles dos Santos (2000) discutindo como é elaborada a imagem negra positiva, em oposição às representações negativas dominantes.

“O corpo é uma linguagem e a cultura escolheu algumas de suas partes como principais veículos de comunicação. O cabelo é uma delas [...] É um dos elementos mais visíveis e destacados do rosto. Em todo e qualquer grupo étnico ele é tratado e manipulado, todavia a sua simbologia difere de cultura para cultura. Esse caráter universal e particular do cabelo atesta a sua importância como símbolo identitário” (GOMES, 2003, p.8).

A citação acima faz pensar que sendo um elemento visível do corpo, o cabelo, comumente apresenta-se como alvo de preconceitos, olhares e discursos racistas, assim como de inúmeras preocupações com relação ao cuidado dispensado a ele e as formas de manipulá-lo cotidianamente pelas mulheres.

Na realidade, “o cabelo é um dos principais focos de preocupação estética entre as negras [...], ele deixa de ser um simples traço fisiológico, uma vez que carrega um sentido social”, o que nos faz perceber que enquanto signo de identidade, o mesmo encontra-se inserido na própria ideia de cultura de um dado espaço ou de uma dada comunidade, ou seja, as formas de manipulá-lo, o jeito como o mesmo é usado, se solto, se preso, se cacheado, se alisado, se coloridos, etc, diz muito de como ele é visto e o que significa a cada grupo social (MESCER apud CARNEIRO, 2005).

Nilma Lino Gomes (2002) nos diz que:

“Nos diversos espaços sociais (escolar, de trabalho, de lazer) ocorrem situações de preconceito e por esse preconceito, há uma classificação das pessoas segundo o padrão estético, principalmente no que diz respeito a nomes pejorativos dirigidos ao cabelo de negros/as. Alguns se referem ao cabelo de negros e negras como “cabelo de bombрил”, “fuá”, “pixaim”, “nega do cabelo duro”, “cabelo de picumã”... Apelidos que expressam que o tipo de cabelo do negro é visto como símbolo de inferioridade, sempre associado à artificialidade (esponja de Bombрил) ou com elementos da natureza (ninho de passarinho, teia de aranha enegrecida pela fuligem” (GOMES, 2002, p. 45).

O processo identitário do negro tem como componente principal a violência racista que vai da cor ao corpo negro. Há uma complexidade envolvendo o processo de “tornar-se negro” na sociedade brasileira. A violência é a pedra de toque, o núcleo central do

processo identificatório dos negros. Ser negro é ser violento de forma constante, contínua e cruel, sem pausa ou repouso, por uma dupla injunção: a de encarnar o corpo e os ideais de ego do sujeito branco e de recusar, negar, anular a presença do corpo negro (GOMES, 2006, p. 168).

De acordo com Gomes (2002), é notável a afirmação de que, grande parte das mulheres negras, que adotam os diversos tipos de alisamentos, é na maioria das vezes, por terem sofrido algum tipo de preconceito em sua infância e/ou adolescência, bem como as dificuldades enfrentadas por elas no manuseio de seus cabelos por serem crespos. Basta lembrar a maneira e a forma violenta e cruel que eram impostas aos escravos através da raspagem dos cabelos, ato que os definia como inferiores perante a classe branca, deixando-os com o sentimento de mutilação, pois para estes, o cabelo era considerado como a sua identidade e dignidade.

Segundo Nilma Lino Gomes pode-se ver que:

“O cabelo tem sido um dos principais símbolos utilizado nesse processo, pois desde a escravidão tem sido usado como um dos elementos definidores do lugar do sujeito dentro do sistema de classificação racial brasileiro”.

Os estigmas negativos que recaem sobre o cabelo crespo, são fruto do processo de europeização no período colonial brasileiro, que legitimava o modelo ideal de beleza como sendo o da mulher branca, o que acaba por colocar a mulher negra e seu corpo, às margens de um sistema de dominação que oprime este modelo estético, tido como feio, fora dos moldes.

Nesse sentido, Sueli Carneiro (2002) deixa claro que essas ideias permanecem vivas no imaginário social, e o que poderia ser considerado como história ou reminiscências do período colonial, permanece, entretanto, vivo no imaginário social causando efeitos na busca e na aceitação da própria identidade feminina das mulheres negras.

É possível perceber o importante lugar exercido pelo cabelo em nossa sociedade, uma sociedade tipicamente racista, onde o ideal, a referência de beleza é sempre a branca e, deste modo, o cabelo de negros/as é rechaçado, inferiorizado, bem como os lugares que negros/as ocupam em nossa sociedade.

Diante disso, é importante compreender que existem vários tipos de cabelos, com suas respectivas características e sendo o foco desta dissertação os cabelos crespos e cacheados, achou-se necessário identificar os diversos tipos de cabelos, em especial os cacheados e crespos.

2.3.1.2 Tipos de cabelo: como identificar o seu

Cada cabelo tem seu tipo, e existem vários tipos de cabelos: lisos, ondulados, cacheados e crespos (o foco desse trabalho são os cacheados e crespos). A partir do momento em que se identificam as características específicas do tipo de cabelo/cacho fica mais fácil não apenas o cuidado com o cabelo, como também a identificação de quais produtos darão um melhor resultado no cabelo.

Alguns especialistas em cabelo, a exemplo Andre Walker³¹, dividem os cabelos em algumas categorias (2, 3 e 4) e em subcategorias (a, b, c). A ideia de listar os tipos de cachos não é hierarquizar, mas mostrar que cada cabelo possui características e necessidades diferentes. A ideia não é também uniformizar, pois cada cabelo é um universo. Existem várias texturas capilares e seu cabelo pode ter uma mistura de mais de um dos tipos listados. A tabela abaixo ilustra os tipos de fio e suas características.

TIPOS DE FIO	CARACTERÍSTICAS
2: ONDULADOS	<i>Não chega a forma cachos e tem a raiz mais lisa</i>
	2A(fino): Quase liso, fácil de modelar, de pouco volume,
	2B(médio): Ondas mais marcantes, não chega a formar cachos, tendência ao frizz.
	2C(grosso): Já começa a formar cachos, volumoso e com ondas marcantes
3: CACHOS SOLTOS	<i>Tendência ao frizz principalmente em dias úmidos, espirais em "S"</i>
	3A(fino): Cachos mais abertos, definidos e pesados.
	3B(médio): Cachos menores e mais definidos, volumoso, pontas ressecadas
	3c(grosso): Caso apertadinho e fechados, fio mais grosso, quase crespo.
4: CRESPO	<i>Geralmente conhecidos como Afro, mais secos e frágeis</i>
	4A(fino): Lembra o 3C só que mais grosso. Cachos estreitinho e em "S" quando estica
	4B(médio): Mechas em forma de "Z", menos definidas, mais denso e frágil
	4C(grosso): Mais crespos e cachos estreitíssimos, quase imperceptíveis.

www.faladantas.com

Cabelo tipo 2 – ondulado³²

São cabelos ondulados e com cachos mais abertos. Normalmente esse tipo de cabelo possui a raiz mais lisa e vai formando ondas e cacheando conforme vai chegando nas pontas. As ondas, em formato de 'S', crescem de forma plana em relação ao couro

³¹ Hairstylist norte-americano nascido na Califórnia, desenvolvedor no ano de 1997 do hair typing system, método que classifica os tipos de cabelo. Ele escreveu o livro Andre Talks Hair, pois precisava determinar os diferentes tipos de fio sobre os quais falava. Andre Walker além de criar o tão falado sistema, cuidou dos cabelos da apresentadora Oprah Winfrey por mais de duas décadas. Em seu método, o expert separou os cabelos em quatro categorias – lisos, ondulados, cacheados e crespos – e cada uma delas apresenta suas características e seus respectivos subtipos. Segundo Walker, independentemente da raça ou da nacionalidade, o método pode ser usado por todos, inclusive homens e crianças.

³² Para maiores informações sobre o cabelo tipo 2 acesse: <http://todecacho.com.br/cuidados-com-o-cabelo-tipo-2/>

cabeludo. Por isso muitas mulheres de cabelo do tipo 2 possuem o cabelos misto, que é mais oleoso na raiz e mais seco nas pontas.

A característica marcante dos cabelos ondulados é serem moldáveis tanto para os lisos quanto para os cacheados e quando ao natural, garantem um estilo propositadamente despenteado, no entanto, por não saberem como mantê-los bonitos com praticidade, muitas mulheres acabam alisando-os.

Vale ressaltar que geralmente os fios ondulados são mais finos e irregulares do que os lisos, por isso ondulam com facilidade. Esse perfil também os torna mais secos, pois, a oleosidade natural não consegue chegar até as pontas.



Fonte: <http://2.bp.blogspot.com/-i0-p6rg7NcU/U0ws1UGQg-I/AAAAAAAAAgo/VOrm9GijRmE/s1600/ondulado4.jpg>

Cabelo tipo 3 – cacheado³³

O cabelo tipo 3 forma um cacho mais definido, os fios são volumosos e frágeis, sofrem com frizz, porém, tende a ser ressecado, pois a oleosidade do couro cabeludo (que já é pouca) não consegue chegar até as pontas devido à dificuldade em fazer as voltinhas dos cachos. Então, um dos segredos para os cachos 3a, 3b e 3c é sempre passar produtos que contenham bastante óleo vegetal, da ponta para o comprimento, pois ele ajuda a devolver o brilho, a maciez e mantém a umidade dos fios.

3A - Os cachos são grandes e abertos, ficam bem definidos com o uso dos produtos certos, como mousse e ativadores de cacho. Os fios são indiscutivelmente mais finos, sendo que a raiz é mais lisa e começa com ondas espaçadas. Os cachos são visíveis a partir da altura das orelhas, onde é aparente um volume controlado que dá definição aos fios. Os cachos em si são mais abertos o que resulta em poucos deles por mechas de cabelo.

³³ Para maiores informações sobre o cabelo tipo 3 acesse: <http://todecacho.com.br/segredos-do-cabelo-tipo-3-2/>



Fonte: https://3.bp.blogspot.com/-2vW/a8ADPmKQ/Vx_Rpckl_NI/AAAAAAAAAJU/fqgme9chn2IWu1Unkvtg1jXjLxdlDYDmgCLcB/s1600/corte-com-base-reta-cabelo-cacheado-longo-1.jpg

3B – nesse tipo de cabelo os cachos são menores e mais bem definidos. O cabelo ganha mais volume e os fios são mais ásperos ao toque. A proximidade dos cachos aumenta e eles vão ficando menores, de modo que aparecem em maior número por mecha se comparados ao tipo 3A. O volume já é mais perceptível e são necessários maiores cuidados que, em contrapartida, podem ajudar a manter a definição. Os fios começam a engrossar um pouco e pode-se perceber que as pontas tendem a ser mais ressecadas, por causa da dificuldade que a oleosidade tem de sair da região raiz e chegar à outra extremidade dos cabelos. Óleos vegetais são fundamentais para manter o frizz sobre controle.



Fonte: <http://guiadocorpo.com/wp-content/uploads/2017/07/cabelo-3b-cacheado.jpg>

3C - O fio é mais grosso, praticamente crespo. Os cachos são bem apertados (têm a circunferência aproximada de um lápis), ressecados e armam com facilidade. O fio 3C é mais seco e os cachinhos já se fazem presentes em maior quantidade por mecha. Os tamanhos deles são mais reduzidos o que gera maior volume, que é perceptível desde a raiz – que, por sua vez, se torna mais alta que os tipos anteriores. A hidratação para esse fio é uma obrigação e deve ser feita com maior regularidade. A definição do cacho pode ter auxílio de mousse, gel ou leavin, para evitar que fique armado e sem forma. Tem

maior propensão ao frizz na parte posterior (geralmente por causa do atrito com o travesseiro).



Fonte: <https://i.ytimg.com/vi/v9N87qzIrljM/maxresdefault.jpg>

Cabelo tipo 4 - crespo³⁴

Os cabelos tipo 4 ou afro, são cabelos mais crespos, e por isso quem os possuem, costumam ser constantemente vítimas de preconceito, pois os fios parecem (só parecem mesmo,) ser mais grossos e em geral crescem paralelamente à raiz. Apesar de parecerem grossos, esse tipo de cabelo é bem fininho e possui pouquíssimas escamas, por isso, não são tão brilhosos e quebram com facilidade. São cabelos mais suscetíveis aos danos causados pelo secador, chapinha e escova e perdem a forma com facilidade. É preciso caprichar no uso de pomadas e óleos vegetais.

4A – Esse tipo de cabelo é bem parecido com o cabelo 3C, mas possui cachos mais fechadinhos que formam um “S” quando são esticados. O diâmetro desse cacho é próximo a uma agulha de crochê. De todos os cabelos crespos, esse é o que retém melhor a umidade.

CRESPOS 4A



Fonte: <http://cacheia.com/wp-content/uploads/2014/02/CACHADOS4A.png>

4B – É o intermediário entre os tipo 4, não formam molinhas perfeitas, mas não são sem cachos totalmente, necessitam de um nível de hidratação um pouco maior. Têm características parecidas com o 4A, mas a mecha esticada é angulosa e fica em forma de "Z" e não de "S". É bastante ressecado, podendo encolher em até 75% do tamanho natural.

³⁴ Sobre o cabelo tipo 4 acessar: <http://cacheia.com/2014/12/cabelo-tipo-4-e-a-hierarquizacao-da-textura/>

CRESPOS 4B



Rosângela
(www.negarosa.com.br)

Kelly Souza
(belezablackpower.wordpress.com)

Maraisa Fidelis
(www.bizinterior.com.br)

Fonte: <http://cacheia.com/wp-content/uploads/2016/04/CRESPOS4B.png>

4C – Bastante parecido com o 4B, mas os cachos não se formam facilmente e dão apenas volume ao cabelo. Os fios parecem crescer para cima e ele também pode encolher em até 75% do tamanho natural. É o mais crespo de todos, possui uma estruturada frisada, não formando tantas molas como os demais. O cabelo 4c requer muita hidratação e cuidados por ser mais ressecado e fino do que os demais. É um cabelo que quanto menos produtos químicos (tinta, luzes, escovas e etc.) passar melhor.

CRESPOS 4C



Rose Hapuque
(www.meucabelotipo4.com.br)

Gabi Oliveira
(Canal Depretas)

Débora Ninja
(deboraninja.wordpress.com)

Fonte: <http://cacheia.com/wp-content/uploads/2016/04/CRESPOS4C-1.png>

Há muitos estigmas sobre a beleza negra, especificamente sobre o cabelo das mulheres negras, que quanto mais crespo se apresenta, mas preconceito/discriminação sofre nessa sociedade capitalista e de consumo, que exclui e cria hierarquias a partir de padrões de beleza europeus. Diante disto, é necessário problematizar e questionar essa sociedade capitalista, racista, classista, sexista e patriarcal que ao mesmo tempo em que negligencia a população negra, cria nichos de consumo, como os cosméticos afro, desenvolvendo uma indústria de cosméticos afro que movimenta milhões ao ano.

CAPÍTULO III – SOCIEDADE CAPITALISTA E DE CONSUMO: ALGUMAS REFLEXÕES INICIAIS

3.1 Sociedade capitalista: origem e contextualização

Profundas transformações nas relações econômicas, sociais, políticas e culturais deram origem ao capitalismo. São muitos os aspectos relacionados a elas que caracterizam o capitalismo, entre estas: as transformações nas relações de produção e de trabalho, o desenvolvimento das forças produtivas - meios de produção, tecnologia, matéria prima – hoje os novos materiais até em dimensões nanotecnológicas - e sua produção cada vez mais social, embora apropriada privadamente, individualmente. Produção voltada substancialmente para o mercado, cada vez mais ampliado e diversificado (globalizado). Tudo isso relacionado com transformações na forma de apropriação e exploração do trabalho mediante o “trabalho livre na forma salarial” (mais-valia) e a transformação da força de trabalho em mercadoria, - comprada e vendida no mercado de trabalho.

Nesse processo surgiram duas classes sociais antagônicas, cada vez mais diferenciadas ao interior de cada uma, seja a classe trabalhadora/proletariado ou a burguesia. Historicamente, monarquias e nobreza, com o surgimento das repúblicas, assistiram à ascensão da burguesia como classe, com poder econômico e político; e contemporaneamente tem surgido outras camadas sociais de classe subalternizadas e estratificadas pelo mercado, exemplo da “nova classe media”.

Com o capitalismo deu-se um processo de desenvolvimento da ciência e da técnica aplicada e desenvolvida para a produção das mercadorias e dos serviços. Novos valores sociais como a exaltação ao indivíduo, à liberdade individual, à cidadania do indivíduo, surgem e se afirmam na sociedade capitalista, singularmente na sociedade de consumo contemporânea (CANCLINI, 1996).

A reprodução da vida material não mais se assenta na ética religiosa/militar e sim numa nova ética, a do trabalho livre e do progresso material (PRONI, 1997). A universalidade passa a ser garantida pelo direito positivo e pela afirmação de valores gestados no interior de uma das criaturas mais mitológicas da nova civilização: o mercado.

Este mercado confere substrato à valorização do livre-arbítrio, mantido e valorizado pelo mercado de consumo e ao reinado de uma outra mentalidade, baseada no

racionalismo econômico (Weber, 1987) o qual implica a adoção de uma racionalidade científica pela organização empresarial, predominando uma nova ideologia, segundo a qual a livre concorrência, princípio inspirador dos mercados capitalistas, aparece associada a uma aspirada mobilidade social e a uma saudável concorrência entre iguais.

Sobre as transformações no mundo do trabalho, temos que a supremacia do trabalho no campo foi sendo superada pelo trabalho urbano industrial, passando antes pela manufatura, chegando à indústria agropecuária. Essa forma tão diferente de organização do trabalho implicou em novas formas de pensar e agir no trabalho e no mercado de consumo.

Os/as trabalhadores/as rurais, assim como o artesanato, por mais desiguais que fossem suas relações com a terra, responsabilizavam-se do processo de produção e trabalho o qual era primordialmente para o autoconsumo, somente o excedente destinava-se ao mercado.

A família camponesa e os/as artesãos/as, ainda que explorados pelos/as proprietários/as da terra, controlavam seu processo de produção e trabalho. Os trabalhadores/as no novo modo de produção (capitalista) perderam esse controle. Caso típico destes processos controlados externamente ao trabalhador é a produção industrial, dada à divisão social do trabalho (empresariado com seus representantes nas gerencias, supervisões, entre outros), a qual reproduz também a divisão sexual do trabalho no mundo da produção e do trabalho. Daí serem esses representantes do empresariado ou do capital (burguesia) em sua grande maioria predominantemente homens e profissionalmente qualificados e com altos salários.

Segundo Marcelo Proni (1997) tal sociedade, apenas se materializou historicamente após as intensas transformações ocorridas ao final do século XVIII, que podem ser sinteticamente apreendidas a partir de dois grandes movimentos revolucionários modernos: a Revolução Francesa (1789) e a Revolução Industrial (1780-1830).

Da emergência do capitalismo promoveu-se uma revolução na produção mercantil, a revolução industrial a qual foi acompanhada por uma contraditória dinâmica campocidade, fundamental para seu desenvolvimento. Na Europa ocidental, a partir do século XII e da generalização da produção mercantil, sem interrupções desde então, originou-se o processo histórico que deu lugar ao modo de produção capitalista (produção social e apropriação privada pelos capitalistas do fruto do trabalho (produção, capital), e para os/as trabalhadores/as, o salário).

Contudo, relações sociais de modos de produção anteriores ao capitalismo foram incorporadas de modo subordinado, como o caso do campesinato, pesca artesanal, extrativismo, entre outros.

A subordinação da produção ao capital e o aparecimento da relação de classe entre os capitalistas e os produtores devem ser considerados o divisor de águas entre o velho e o novo modo de produção (DOBB, 1974).

A economia capitalista é um sistema (um modo de produção) dividido em unidades de produção independentes e concorrentes entre si. No interior de cada unidade de produção existe divisão (oposição) entre o proprietário dos meios de produção e os produtores, isto é, entre capital e trabalho assalariado (COGGIOLA, 2016).

Finalizando podemos dizer que para Marx (2003) a sociedade capitalista, é a forma de organização social mais desenvolvida e a mais variada de todas já existentes. Ao analisá-la destaca as características de seu processo de acumulação – trabalho não pago – acumulação de mais-valia, o que traduz que a materialização do capital seja expressão do que o próprio capital é: uma relação social.

Sua unidade analítica mais simples, expressão elementar de sua riqueza é a mercadoria, forma assumida pelos produtos e pela própria força de trabalho. E são mercadorias porque estas são compostas por duas dimensões: o valor de uso e o valor de troca. Por um lado, a mercadoria tem a propriedade de satisfazer as necessidades humanas, sejam como dizia Marx (2003), as do estômago, do corpo em geral ou as da fantasia. No mercado vendem-se e compram-se mercadorias. E a força de trabalho humano transforma-se também em mercadoria que se vende e compra no mercado de trabalho.

Por ser útil, ela - a capacidade ou força de trabalho - tem um valor de uso que se realiza ou se efetiva no consumo e usufruto dos/das proprietários/empregadores/as no processo de trabalho na produção dos produtos - dos bens, serviços, mercadoria. A força de trabalho é uma mercadoria que tem características peculiares: é a única que pode produzir mais riqueza do que seu próprio valor de troca. No entanto, a força de trabalho não foi sempre uma mercadoria, o trabalho não foi sempre trabalho assalariado, isto é, trabalho livre (MARX, 2003), ela se torna e se generaliza como mercadoria no modo de produção capitalista.

Enquanto não se trocam no mercado, os produtos não se tornam mercadoria. Entretanto, coisas úteis, podem não ser mercadorias, desde que não sejam produtos do trabalho com vistas ao mercado, não se destinem à troca (como a produção para uso próprio). Em troca do que necessita cada um oferece o fruto de seu próprio labor, ainda

que metamorfoseado na forma de moeda, equivalente mercantil das trocas (MARX, 2003).

De um lado, está o trabalhador que oferece livremente no mercado sua força de trabalho (para sobreviver) e do outro, o empregador que a adquire por um salário. Os homens e mulheres aparecem como livres e iguais diante da lei, do Estado, no mercado e assim veem-se a si mesmos/as.

O que impede o trabalhador de perceber como se dá efetivamente todo esse processo é sua situação alienada. Em síntese, o trabalho apropriado pelo capital “é trabalho forçado, ainda que possa parecer o resultado de uma convenção contratual livremente aceita” (MARX, 1975, p.75).

Embora o processo de venda da força de trabalho por um salário apareça como um intercâmbio entre equivalentes, o valor que o trabalhador pode produzir durante o tempo em que trabalha para aquele que o contrata é superior àquele que vende suas capacidades (QUINTANEIRO, 2002).

A crítica de Marx à produção capitalista apontava as injustiças sofridas pelos trabalhadores.

Meksenas (2001, p. 48) reafirma esta ideia quando diz:

"Na realidade o capitalismo trouxe progresso e riqueza apenas para algumas pessoas, pois as indústrias desenvolvem-se de tal modo que seus proprietários (burgueses ou empresários) ficavam riquíssimos e poderosos; no entanto, a classe trabalhadora que fabricava todos os bens recebia um salário miserável".

Com o desenvolvimento dos processos produtivos na sociedade de consumo e a incidência na produção com o apoio das inovações tecnológicas (forças produtivas), a produtividade do trabalho cresceu, os lucros multiplicaram-se e a mais-valia³⁵ (capital) acumulou-se ainda mais, ao mesmo tempo em que a produtividade do trabalho barateou as mercadorias e aumentou seus estoques locais e para exportação, as quais passaram a ter uma acessibilidade maior para os/as trabalhadores/as em suas diferentes camadas sociais, étnicas e raciais que também passaram a desejar e sonhar com sua compra e

³⁵ O conceito de “mais valia” torna-se primordial para entender a sociedade capitalista, o modo como os/as trabalhadores/as são explorados para que o produtor/empresário/capitalista obtenha lucros exorbitantes em relação ao salário pago aos operários. A mais-valia é mais bem explicada no exemplo dado por Cristina Costa (1997 p. 93) que relata: “Suponhamos que o operário tenha uma jornada diária de nove horas e confeccione um par de sapatos a cada três horas, ele cria uma quantidade de valor correspondente ao seu salário, que é suficiente para obter o necessário a sua subsistência. Como o capitalista lhe paga o valor de um dia de força de trabalho, o restante do tempo, seis horas, o operário produz mais mercadorias, que geram um valor maior do que lhe foi pago na forma de salário. A duração da jornada de trabalho resulta, portanto, de um cálculo que leva em consideração o quanto interessa ao capitalista para obter lucro sem desvalorizar seu produto”.

usufruto, a exemplo dos bens e tecnologias de consumo doméstico, todas elas de origem industrial como os utensílios de cozinha, o mobiliário, a televisão e os produtos da linha branca das tecnologias domésticas – máquina de lavar, geladeira, fogão.

Configurada e expandida a sociedade do consumo, nos países centrais e dependentes periféricos, essa produção e as modas geradas a partir dela geraram o fenômeno do consumo contemporâneo e a cultura de consumo que caracteriza a sociedade capitalista contemporânea.

Segundo Marx e Engels (1975), o modo de produção capitalista estende-se a todas as nações, obrigadas a abraçar o que a burguesia chama de “civilização”. A premência de encontrar novos mercados e matérias-primas e de gerar novas necessidades leva-a a estabelecer-se em todas as partes (mundialização, globalização).

O aparecimento do capitalismo fez com que surgisse uma peça fundamental em sua existência: o/a consumido/a. Os capitalistas estimulam o processo de produção e de consumo. Com uma maior produção, o mercado tem de absorver essa demanda. Para isso, eles utilizam a publicidade, a mídia, o fenômeno atual dos shoppings centers, entre outros – assim estimulam a venda de seu produto, terminando um ciclo de vendas e iniciando outro de produção.

Como explicam vários/as estudiosos/as, a produção capitalista possui um ciclo rotativo, o qual a compra/ consumo dos produtos/mercadorias aumenta sua demanda. Entretanto, o aumento da demanda de produção não garante o surgimento de novos empregos, nem o aumento de salários, dadas às inovações tecnológicas e a substituição do trabalho humano pela máquina e tecnologia.

Por isso, o surgimento da sociedade de consumo, concebida por alguns como a sociedade de cidadãos/ãs consumidores/as, estes/estas têm sido tão importantes para a rotatividade do mercado, a ponto de serem os/as consumidores/as quem recomeçam todas as vezes o próprio mercado dessa sociedade de consumo, mesmo em regiões e países em que parecerá ser muito difícil. Consequentemente, a renovação do mercado se tornou indispensável para que a economia se movimente e os países modernizem sua população através do consumo. O modelo da sociedade de consumo está tão enraizado na sociedade contemporânea que algumas pessoas chegam a afirmar que ela é irreversível.

3.2 Sociedade de consumo

A denominação sociedade de consumo é um dos adjetivos encontrados para caracterizar a sociedade capitalista contemporânea. O consumo é impulsionado pela constante mudança dos desejos das pessoas segundo seus pertencimentos de classe, gênero, etnias e raças, e dos contextos culturais. A cada onda de um novo desejo, abre-se uma nova frente no mercado de consumo e mais uma oportunidade de consumir.

A sociedade contemporânea, é chamada também sociedade de consumo pela dimensão e importância do consumo na sua dinâmica contemporânea, que, como explica Livia Barbosa (2006), cria novas formas de sociabilidade, de comunicação, de cultura material, incidindo na subjetividade e nos mais íntimos anseios de cada indivíduo que acabam por formar suas convicções tendo por base a volubilidade das relações de consumo.

Jean Baudrillard (1995) e outros estudiosos, como Mike Featherstone (1995) e Gilles Lipovetsky (1989) definem tal sociedade como pós-moderna a qual caracterizam por ser uma sociedade de consumo.

“Jean Baudrillard, assim a caracteriza pelo estatuto miraculoso do consumo na vida cotidiana ao operar “milagres”, permitir vivenciar rapidamente a felicidade acreditando na onipotência dos signos, massificando o consumo e servindo de base de todo o sistema cultural da referida sociedade, ao tempo em que as grandes corporações tecnocráticas suscitam desejos e geram novas hierarquias sociais que substituíram das antigas diferenças de classe” (Baudrillard apud, J.P Mayer, p.9, 1995).

Ainda segundo Baudrillard (1995) os bens de consumo são entendidos não como produtos do trabalho, mas vividos como milagre e como consumo de imagens. O que leva a conceber o indivíduo na sociedade de consumo, antes de tudo como consumidor.

De acordo com esses/as autores/as, atualmente nossa sociedade cria novos espaços para os/as consumidores/as, tornando o exercício do consumo algo padronizado, que molda as relações entre os indivíduos. Investigar as características da sociedade contemporânea, contudo, não parece uma tarefa simples, como pode captar-se entre os diversos teóricos que pesquisam o consumo sob enfoques bem distintos e desvinculando-os de seu processo de produção, olhados apenas na sua circulação e troca.

Segundo Rocha e Silva (2007, p.5) o consumo revela-se como “lócus privilegiado de constituição da subjetividade”. Em outras palavras, o consumo envolve um esforço do sujeito para se mostrar ao outro, ser visto, percebido e desejado por muitos (BAUMAN, 2008). Evidencio aqui uma individualidade do sujeito que vê no consumo uma fonte de

satisfação pessoal atrelada ao coletivo. Complementando essa abordagem sobre as experiências de consumo, lembremos de Douglas e Isherwood (2009, p.115) quem ressaltar que :

"A escolha dos bens cria continuamente certos padrões de discriminação, superando ou reforçando outros. Os bens são, portanto, a parte visível da cultura. São arranjados em perspectivas e hierarquias que podem dar espaço para a variedade total de discriminações de que a mente humana é capaz. As perspectivas não são fixas, nem são aleatoriamente arranjadas como um caleidoscópio. Em última análise, suas estruturas são ancoradas nos propósitos sociais humanos. [...] A atividade de consumo é a produção conjunta, com os outros consumidores, de um universo de valores. O consumo usa os bens para tornar firme e visível um conjunto particular de julgamentos nos processos fluidos de classificar pessoas e eventos".

Nessa perspectiva, o consumo, como apontado anteriormente, é um dos principais elementos no processo de reprodução social, o que torna cultural o ato de consumir (BARBOSA, 2008; BARBOSA e CAMPBELL, 2006a).

De acordo com Baudrillard (1981, p.10) "já não consumimos coisas, mas somente signos". Para este autor o signo e a mercadoria juntaram-se para produzir o que é chamado de "mercadoria-signo", ou seja, a incorporação de uma vasta gama de associações imaginárias e simbólicas, às mercadorias e às práticas de consumo, para torná-las mais atraentes. Isto quer dizer, que as práticas de consumo atualmente estão direcionadas, não tanto ao consumo do bem em si, da funcionalidade da mercadoria, mas sim às significações que o produto possa ter.

"O consumo surge como modo ativo de relação, como modo de atividade sistemática e de resposta global, que serve de base a todo nosso sistema cultural" (Baudrillard, 1995, p.11).

De um outro modo, o referido autor resalta a importância do consumo e do significado dos bens/mercadorias que podem vir a ter no relacionamento entre as pessoas. A respeito Jean Baudrillard (1995), assim explica:

"Vivemos o tempo dos objetos: quero dizer que existimos segundo o seu ritmo e em conformidade com a sua sucessão permanente. Atualmente somos nós que os vemos nascer, produzir-se e morrer, ao passo que em todas as outras civilizações anteriores eram os objetos, instrumentos ou monumentos perenes, que sobreviviam às gerações humanas". (BAUDRILLARD 1995, p.15).

Para Campbell (2001), nas relações com os objetos busca-se muito mais a emoção e a satisfação de desejos do que o atendimento de necessidades básicas, fato que contribui para revelar o caráter individualista das práticas de consumo. Nesse sentido ele analisa que:

"A ideia de que os consumidores contemporâneos têm um desejo insaciável de adquirir objetos representa um sério mal-entendido sobre o mecanismo que impele as pessoas a querer bens. Sua motivação básica é o desejo de experimentar na

realidade os dramas agradáveis de que já desfrutaram na imaginação, e cada “novo” produto é visto como se oferecesse uma possibilidade de concretizar essa ambição” (CAMPBELL, 2001, p.131).

Para Lipovetsky (2007, p.46), na sociedade contemporânea, a relação com os objetos promove “experiências afetivas, imaginárias e sensoriais” que contribuem para a sobreposição do ser sobre o parecer: o sujeito tem se preocupado mais em exaltar a si e controlar o seu universo social do que com a aprovação dos outros.

Nas palavras de Lipovetsky (2007, p.52), “não são mais tanto os desejos de representação social que impulsionam a espiral consumidora quanto os desejos de governo de si próprio, de extensão dos poderes organizados do indivíduo”.

Nesse contexto, a relação com os objetos é retroalimentada por esse desejo de constituir a si para si, que, por sua vez, retroalimenta a (quase) instantânea obsolescência dos objetos, a qual, por sua vez, alimenta e é alimentada pelo consumismo acelerado que protagoniza a sociedade contemporânea (BAUMAN, 2008; LIPOVETSKY, 2007).

A sociedade de consumo vende a satisfação dos desejos, mas ao mesmo tempo desperta nos/as consumidores/as novos desejos que precisam ser satisfeitos; Ao adquirirmos uma mercadoria esperamos que esta nos traga algum tipo de satisfação, dessa forma também nas relações pessoais esperamos que as pessoas com as quais nos relacionamos possam nos trazer algum tipo de vantagem.

Na sociedade atual tudo virou mercadoria, como já explicado no subcapítulo anterior. Segundo entrevista feita a de Leonardo Boff³⁶: “Há famintos porque tudo virou mercadoria, a água, a vida e os meios de vida como os alimentos. E o mercado é implacável: não conhece solidariedade, apenas competição.”

Para Sahlins (2003) a sociedade capitalista ocidental, ao entrelaçar aspectos culturais nas relações de produção e de consumo, deixa de ver esta atividade como uma lógica puramente racionalista e utilitária, conferindo-lhe um status de produção simbólica. O autor realiza essa discussão ao considerar a existência de intenções culturais na disponibilização de bens e serviços, onde a aquisição de determinados produtos reflete suas representações culturais.

Nesse sentido, a constituição simbólica do consumo é produzida dialeticamente entre a interação de representações e discursos, envolvendo elementos relacionados às palavras, às imagens, às emoções e ao contexto cultural no qual essas dinâmicas estão imersas (VARMAN; BELK, 2008).

³⁶ Em entrevista a Revista “Sociologia”, edição de maio de 2011. Leonardo Boff é Doutor em Filosofia e Teologia, e suas reflexões são quanto as questões religiosas no mundo, além de discutir questões ambientais do mundo contemporâneo. Boff é expoente da Teologia da Libertação no Brasil.

Segundo Leitão (2003), na contemporaneidade não vigora mais a lógica da produção industrial e a consequente divisão entre classes produtoras - leia-se burguesia, empresariado, capitalistas - e trabalhadoras. A esfera econômica se expandiu para todos os níveis do viver humano, inclusive para a esfera cultural.

Nesse sentido, o campo cultural torna-se coextensivo à economia, não sendo mais possível pensar a cultura como expressão autônoma da organização social. Essa expansão capitalista estruturou nossa sociedade em torno do consumo de bens materiais, simbólicos, de informação e de cultura.

Em “A cultura do novo Capitalismo”, Sennett (2006) explica que para viver no mundo atual, no qual o novo é muito valorizado, é necessário que homens e mulheres exibam um traço de caráter específico: devem estar dispostos a descartar-se das experiências já vivenciadas. Ele explica que, para o sujeito atual, o desafio consiste em estar disposto a abrir mão, ou seja, permitir que o passado fique para trás.

De fato, Sennett (2006) caracteriza o/a consumidor/a atual como sendo ávido/a por novidades e capaz de descartar bens antigos, mesmo que estes ainda estejam potencialmente em condições de uso. Ele afirma que a sociedade contemporânea apresenta como característica principal o desapego às coisas. E é em função da valorização do desapego que surgem os movimentos de descartabilidade dos produtos e o curto prazo de durabilidade dos mesmos. Isso quer dizer que essa caracterização da sociedade atual considera elevada a importância que as novidades têm para os/as consumidores/as modernos.

O conceito de valorização do novo implica automaticamente na desvalorização do antigo. A nossa cultura, hoje, incentiva a supervalorização do produto novo, daí a importância da moda, de sua constante renovação. Consequentemente, o produto anterior, mesmo que ainda desempenhe suas funções, perde seu espaço, é excluído, descartado. “Um/a bom/a consumidor/a” atualmente precisa guiar-se por esses valores e mais alguns outros.

Segundo Featherstone (1995), no âmbito da cultura de consumo, o indivíduo tem consciência de que se comunica não apenas por meio de suas roupas, mas também através de sua casa, mobiliários, decoração, carro e outras atividades, que serão interpretadas e classificadas pelos outros em termos de bom ou mau gosto. Ele sinaliza que a preocupação em convencionalizar um estilo de vida e “uma consciência de si estilizada” não se encontra apenas entre os jovens e os abastados.

Na cultura de consumo, a publicidade sugere que cada um de nós tem a oportunidade de se aperfeiçoar, seja qual for a idade ou a classe social.

Canclini (1996) em sua abordagem ao consumo considera-o como muito importante para entender os/as cidadãos/as, porque a participação social também é organizada através do consumo. Embora na linguagem do dia a dia, consumir costuma estar associado a gastos inúteis. Canclini, no entanto, vê o consumo não apenas como um simples cenário de gastos supérfluos, mas como um espaço propício para pensar. Ele vê o consumo também como um espaço onde se organiza grande parte da racionalidade econômica, sociopolítica e psicológica nas sociedades contemporâneas:

“As lutas de gerações a respeito do necessário e do desejável mostram outro modo de estabelecer as identidades e construir a nossa diferença. Estamos afastando-nos da época em que as identidades se definiam por essências a-históricas: atualmente, também configuram-se nas práticas de consumo. Dependem daquilo que se possui, ou daquilo que se pode chegar a possuir” (Canclini, 2006, p. 39).

Ele discorre sobre o descontentamento contemporâneo em meio a tantas novidades e a rapidez com que os produtos ficam desatualizados. Ele enfatiza que, ultimamente, a insatisfação com o que se tem é um tema bastante debatido. Como pode ser observado na citação a seguir:

“Há duas maneiras de interpretar o descontentamento contemporâneo provocado pela globalização. Alguns autores pós-modernos se concentram nos setores em que o problema não é tanto a falta, mas o fato de o que possuem tornar-se a cada instante obsoleto ou fugaz” (Canclini, 2006 p. 32).

Para Canclini (2006), tudo o que se pensa, escolhe e reelabora para poder consumir, é, contudo, relevante considerar. O que para ele quer dizer que ao consumir, também se pensa e se reelabora o sentido social dos objetos de desejo. Consequentemente, na sua visão, devemos nos perguntar se ao consumir não estamos construindo, também, uma nova maneira de ser, em que entram para ele aspectos de cidadania, como traduz em seu livro *Consumidores e Cidadãos*, Canclini busca entender o que significa consumir. E define o consumo como:

(...) “o conjunto de processos socioculturais em que se realizam a apropriação e os usos dos produtos. Esta caracterização ajuda a enxergar os atos pelos quais consumimos como algo mais do que simples exercícios de gostos, caprichos e compras irrefletidas, segundo os julgamentos moralistas, ou atitudes individuais” (Canclini, 2006, p. 60).

Ou seja, para ele, consumir é mais do que comprar. Na verdade, para Canclini, consumir é uma maneira de ser.

Dentro da sociedade de consumo é interessante compreender como funciona a dinâmica do capital ao criar nichos de mercado, como é o caso dos cosméticos afro voltados para a população negra, que até então era invisibilizada.

3.3 A indústria dos cosméticos: entre identidade e nicho de mercado

O uso de cosméticos remonta há, pelo menos, 30 mil anos. Os povos primitivos tinham o hábito de pintar o corpo para fins ornamentais e religiosos. Muitos cosméticos se originaram na Ásia, mas os primeiros registros de seu uso estão no Egito.

Mais ou menos no ano de 180 d.C., na era Romana, um médico grego chamado Claudius Galen realizou sua própria pesquisa na manipulação de produtos cosméticos, iniciando, assim, a era dos produtos químico-farmacêuticos. A Idade Média reprimiu o uso de cosméticos, somente no período das Cruzadas houve o ressurgimento dos cosméticos, tendo como meta cultivar a beleza. Entretanto, no final do século XVIII, o uso de cosméticos ficou fora de moda (SEBRAE, 2008).

O retorno dos cosméticos ocorreu por volta do século XIX, já na Idade Contemporânea, quando cosmético não mais era associado com bruxaria e os produtos desse gênero eram vistos com os seus reais propósitos. Donas de casa, então, começaram a fabricá-los em suas próprias residências e entre os ingredientes utilizados incluíam-se sopas, limonadas, leite, água de rosas, creme de pepino, e outros elementos que constituíam receitas exclusivas de cada família (SEBRAE, 2008).

As indústrias de cosméticos surgiram no início do século XX, em função da necessidade de as mulheres comprarem produtos prontos, pois muitas delas já trabalhavam fora de casa.

A importância designada à aparência do rosto, do corpo e dos cabelos (especialmente a feminina), a valorização da imagem, o culto de atributos corporais específicos, dentre outros, são alguns dos inúmeros reflexos produzidos pela indústria da beleza. Tais comportamentos têm sido refletidos visivelmente no aumento do consumo de produtos cosméticos, sobretudo nas últimas décadas, e desse modo têm influenciado claramente no crescimento da indústria de higiene pessoal, perfumaria e cosméticos.

Segundo o Sebrae/ESPM (2008) conforme a Câmara Técnica de Cosméticos³⁷ (Catec), na Resolução RDC nº 211, de 14 de julho de 2005, Produtos de Higiene Pessoal, Cosméticos e Perfumes, são preparações constituídas por substâncias naturais ou sintéticas, de uso externo nas diversas partes do corpo humano, pele, sistema capilar, unhas, lábios, órgãos genitais externos, dentes e membranas mucosas da cavidade oral, com o objetivo exclusivo ou principal de limpá-los, perfumá-los, alterar sua aparência e ou corrigir odores corporais e ou protegê-los ou mantê-los em bom estado.

³⁷ Fonte: Anvisa – Agência Nacional de Vigilância Sanitária Resolução RDC no 211, de 14 de julho de 2005, no site: <http://e-legis.anvisa.gov.br/leisref/public/showAct.php?id=17882&word=>

A definição harmônica adotada pelo Mercosul, através da Resolução nº 07 de 2005 é essencialmente a mesma definição de cosmético adotada pela União Europeia (UE): Produtos para higiene pessoal, cosméticos, perfumes e as substâncias ou preparados formados por substâncias naturais e sintéticas, e suas misturas, para uso externo em diversas partes exteriores do corpo humano, pele, sistema capilar, unhas, lábios e órgãos genitais externos, dentes e as membranas mucosas da cavidade bucal, com o exclusivo ou principal objetivo de limpar, perfumar, alterar a aparência e/ou corrigir odores corporais e/ou protegê-los e mantê-los em boas condições.

Os cosméticos estão cada vez mais especializados e personalizados de acordo com o público consumidor, alcançando todas as faixas etárias, gêneros, classes sociais, pessoas com diferentes biotipos e grupos culturais. Os inúmeros tipos de produtos, sejam básicos ou preparados sofisticados de alta qualidade e eficácia, prometem não apenas embelezar, mas também rejuvenescer, alterar e corrigir a aparência, representando assim importante papel no hábito das sociedades contemporâneas, especialmente nos grandes centros urbanos de todo o mundo (MIGUEL, 2012).

O uso de diversos produtos que prometem acabar ou minimizar os sinais de envelhecimento, modelar o corpo ou corrigir imperfeições são apenas alguns dos mecanismos de uma sociedade que cada vez mais valoriza atitudes relacionadas à juventude, beleza e bem-estar.

Desse modo, os cuidados de beleza cada vez mais se confundem com os cuidados de higiene, saúde e estes comportamentos são frequentemente reforçados na publicidade e meios de comunicação. No período atual, configura-se uma tendência que envolve o ser saudável para ser belo e vice-versa.

É nesse contexto que a indústria de cosméticos cada vez mais tem se destacado como protagonista do universo da beleza e do bem-estar na atualidade. Desde as últimas décadas, os indicadores do consumo de produtos de higiene pessoal, perfumes e cosméticos apontam um mercado em forte expansão, comprovado pelo crescimento de quase 10% no período entre 2010 e 2011.

Além de possuir o maior crescimento do consumo desses produtos nos últimos anos, o Brasil concentra o terceiro maior mercado consumidor do mundo, perdendo apenas para os Estados Unidos e o Japão (EUROMONITOR, 2012).

A indústria de cosméticos constitui um dos segmentos mais importantes da economia mundial. Em produção, o Brasil passou ao 3º lugar no ranking mundial e ao 1º na América Latina. A Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e

Cosméticos apresentou um crescimento de R\$ 4,9 bilhões em 1996 para R\$ 43,2 bilhões em 2014 (ABIHPEC, 2014).

Entre os fatores que contribuem para o aquecimento do setor de cosméticos no país podem ser citados: o crescimento da participação da mulher no mercado do trabalho; o aumento do poder de consumo; a utilização de tecnologias de ponta produzindo ganhos de produtividade; e toda a valorização da estética praticada pela mídia que se reflete numa busca pela beleza, saúde e juventude por parte da sociedade (ABIHPEC, 2014).

Nessa lógica do consumo, os cosméticos tornam-se produtos de uso obrigatório por toda a vida e certamente o segmento feminino aparece como o terreno mais fértil deste universo construído pela indústria da beleza. Há que se destacar também, que o crescimento da participação da mulher no mercado de trabalho no Brasil e no mundo tem proporcionado um aumento da renda familiar e reorganizado o orçamento doméstico e, desse modo, cada vez mais as mulheres decidem como gastar e onde alocar sua renda de trabalho (MIGUEL, 2012).

Diante desse cenário, diferentes opções de cosméticos para o rosto, os cabelos e o corpo são desenvolvidos para atender esse crescente mercado consumidor e as estratégias dessa indústria são cada vez mais sedutoras e levadas à sua coerção mais imperativa, sendo frequentemente lançados novos nichos de mercado, (caso dos cosméticos afro) novos produtos ou até mesmo apenas um incremento (“upgrade”) da versão já existente.

É nesse panorama que a indústria de cosméticos ingressa com empenho na disputa para o lançamento de novidades e no desenvolvimento de produtos com novos ingredientes baseados em novas tecnologias, utilizando-se também dos artifícios da publicidade e do marketing para atrair e estimular o uso de cosméticos como mercadorias de primeira necessidade (MIGUEL, 2012).

Na sociedade capitalista de consumo, beleza e identidade se confundem, visto que o mercado mercantiliza identidades criando novos nichos de mercado, como é o caso dos cosméticos afro. Devido ao aumento de renda, muitas vezes consequência de uma maior escolarização (muitas vezes por conta de políticas de ações afirmativas) negras e negros têm aumentado seu poder de consumo, por esse fato o mercado disponibilizada diversas linhas voltadas para o público negro.

A partir de sua ascensão social (para algumas camadas sociais) negros/negras adquiriram uma reconhecimento diante da sociedade, na medida em que passaram a frequentar os mesmos espaços artístico-culturais, de estudos (escolas e universidades) e

de compra, passaram a vivenciar novas relações e sociabilidade (habitus, gosto, estilos de vida), mesmo mantendo-se as distinções sociais de raça e classe .

Todavia, um maior poder de compra e acesso ao consumo, abriu algumas portas ou espaços a esta população. Segundo Sansone (2000) durante muito tempo o consumo de bens foi algo do qual a maioria dos/das negros/negras foi excluída, principalmente os/as descendentes diretos de escravos/as.

As famílias negras em sua grande maioria estavam impedidas das práticas de consumo ostentoso, vivendo e reproduzindo-se com baixos salários, em trabalhos precarizados, o que limitava suas compras às necessidades da sobrevivência. Daí falar-se da exclusão social vivida pelas camadas mais pobres da classe trabalhadora, o que contrariamente foi sendo feito nas últimas três décadas pelas chamadas novas camadas da classe média frente ao mercado, ou da nova classe trabalhadora.

Este consumo foi facilitado contemporaneamente pelos programas sociais de transferência de renda (Bolsa Escola; Bolsa Família e Minha Casa Minha Vida, por exemplo), programas que podemos dizer têm veiculado a cultura do consumo na sociedade brasileira contemporânea.

Sansone (op. cit) defende que o consumo também é um marcador étnico, bem como uma forma de oposição à opressão, uma maneira de negros e negras, fazerem-se vistos/as ou mesmo ouvidos/as.

Como já disse Mylene Mizrahi (2015), as mulheres negras com sua marca identitária - cabelos crespos, cacheados, dão outra significação ao uso dos cabelos crespos e cacheados e seu modo de expô-los com seus penteados. Ao que acrescentamos o trato dos mesmos mediante a nova linha de produção industrial, os cosméticos afro.

Segundo a referida autora, emerge nesse uso “um elemento potencialmente facilitador da circulação pela cidade” (Ide, 2015, p. 32). Além disso, considera-se que desse modo as mulheres negras, marcam e ressignificam a negritude e a beleza dos cabelos da raça negra.

Historicamente o consumo tem sido uma forma de expressão de cidadania, como assinala Nestor Garcia Canclini (1996), na medida em que para o caso que nos ocupa, ao assumirem a negritude, as mulheres e homens negros/os afirmam pertencimentos raciais e culturais, ocupam espaços, pressionam o Estado por políticas de raça e conquistam igualdade e liberdade, o que vem sendo visto e sentido e adquirindo cada vez mais importância na determinação do status entre os negros/negras do continente americano de Norte a Sul e suas ilhas do Caribe ou Antilhas.

Analisando esse contexto social e as formas de consumo que se estabelecem no cenário mercadológico de nosso país, as empresas/marcas estão buscando formas de atingir de maneira estratégica esse público consumidor em potencial.

Conforme afirma Almeida (2011), historicamente não há maiores registros no país de que no passado existisse um mercado etnicamente segmentado para esse público. Ao contrário do que percebemos hoje, o étnico virou moda, marca estilos de vida e está cada vez mais comum no Brasil, tendo recebido grande aceitação do público negro, começando uma nova fase, no qual a visibilidade do negro passa a ganhar novos contornos.

As linhas étnicas têm ganhado cada vez mais espaço nos últimos anos, priorizando fundamentalmente a produção de consumo de produtos de beleza e estética em geral, no qual produtos voltados para o cabelo afro, por exemplo, ganham o maior destaque, pois “ele é tido como o símbolo que demarca o lugar na escala social, mas, também é um marcador de diferença e de autoafirmação, além de ser muitas vezes uma mensagem e um ato de resistência cultural” (ALMEIDA, 2011 p.5).

A criação de uma linha de cosméticos com o objetivo de enaltecer a autoestima e como projeto de reafirmação da identidade étnica por parte de segmentos negros e mestiços é uma reação ao que aconteceu no mundo da moda dos anos 1980: a apropriação de uma simbologia calcada em uma certa ideia de etnicidade e direcionada para o consumo.

O discurso de uma beleza negra demonstrado pela cosmética implica dizer que foi criado um polo irradiador de novas "habilidades culturais" (Sansone 1991: 131) em que a tonalidade, cor e diferenças de pele problematizam, mesmo que implicitamente, o lugar do negro na sociedade brasileira. Essas "habilidades culturais" são observadas através da sintonia com o que acontece na moda ou no noticiário da mídia nacional e internacional.

Os discursos sobre a importância do cabelo na composição da estética negra são tema de imagens aproximativas, contrastivas e de conteúdo político. A aproximação é a suposta harmonia estética do rosto das sociedades ocidentais, em que os cabelos considerados bonitos são lisos e compridos.

Em razão dessa colonização cultural, os negros usavam ferro quente (que os baianos apropriadamente denominam cabelo frito), pastas, alisantes e outras alquimias, construindo-se um ideal negro associado ao uso desse instrumental. Uma imagem de contraste revela um discurso político, a partir dos anos 1970, relacionado aos reflexos do "black is beautiful", movimento cultural e comportamental norte-americano dos anos 1960.

A imagem do cabelo natural passou a ser reverenciada como aquela que se contrapõe ao cabelo liso e que estaria em consonância com uma nova mentalidade do ser negro.

Como observa Cunha (1991: 146), "a naturalidade, por sua vez, não significa a ausência total de interferência. Mas ela é de outra natureza. Nela, a produção estética visa auxiliar e fortalecer os cabelos; o sentido é anterior à naturalidade, pois não vem como interferência externa, ao contrário, a precede".

Ao pensar no uso de cosméticos afro é preciso refletir também sobre a lógica do mercado em relação aos gostos e estilos de vida, pois o mercado transmite uma ideia de que cada indivíduo é livre para escolher seu estilo e comprar o que deseja e dentro dessa lógica encontram-se milhares de mulheres negras dispostas a consumir produtos que enalteçam sua beleza e identidade negra, como é o caso dos cosméticos afro.

Cada indivíduo é um ser único na sua relação com o outro e com os outros. São nestes encontros que se articulam os diversos estilos de vida como um conjunto simbólico, uma forma de vivenciar o mundo onde o indivíduo ou os grupos específicos comportam-se de maneira muitas vezes semelhante e fazendo escolhas geralmente similares.

Para Bourdieu, o habitus expressa o estilo de vida. É o que fazemos sem pensar, maquinalmente, é a internalização do sistema de regras, um comportamento naturalizado. É "o princípio unificador e gerador" das práticas (aquilo que fazemos) e das propriedades (aquilo que possuímos). Ele tem o poder de reprodução e conservação social, pode inventar e até provocar mudanças.

Só é possível entender a posição de um indivíduo no espaço social se conhecermos suas características sociais, econômicas e seu habitus. O habitus refere-se à incorporação de uma determinada estrutura social pelos agentes, influenciando em seu modo de sentir, pensar e agir, de tal forma que se inclina a confirmá-la e reproduzi-la, mesmo que nem sempre de modo consciente.

É o sistema de esquemas para a elaboração de práticas concretas, ou esquemas estruturados, incorporados pelos agentes, sob a forma de um senso prático que facilita sua orientação nos domínios relativos à existência social (BOURDIEU, 2007). Ou seja, o habitus se caracteriza por fundamentar a condição em que o sujeito existe, por meio da assimilação da estrutura existente que gera suas práticas. O habitus é essa espécie de senso prático do que se deve fazer em dada situação e fornece uma referência ao futuro, tendo por base o passado que o constituiu.

É interessante entender essas questões pela análise de uma nova configuração cultural, em que o processo de construção dos habitus individuais passa a ser mediado pela coexistência de distintas instâncias produtoras de valores culturais e referências identitárias.

Neste processo considera-se a família, a escola e a mídia no mundo contemporâneo como instâncias socializadoras que coexistem numa intensa relação de interdependência. Ou seja, instâncias que configuram hoje uma forma permanente e dinâmica de relação (ELIAS, 1970; SETTON, 2002).

Já o gosto, conforme Bourdieu é a:

“(...) propensão e aptidão à apropriação (material e/ou simbólica) de uma determinada categoria de objetos ou práticas classificadas e classificadoras, é a fórmula generativa que está no princípio do estilo de vida.” (1983, p. 83).

Assim, o gosto é a aptidão para apropriação dos bens materiais e simbólicos. É o fator que determina o estilo de vida. Uma definição provisória sobre os gostos é a de ser um conjunto de práticas e propriedades, de escolhas, de um grupo ou pessoa; são produtos do encontro de um bem e de um gosto, ou seja, encontro entre o gosto do artista e o gosto do consumidor.

Já o estilo de vida corresponde às posições ocupadas no espaço social. É como um indivíduo ou um grupo vivenciam o mundo, como se comportam e como fazem suas escolhas. Ele é determinado pelo gosto e expressado por meio do habitus. No âmbito da ordem simbólica, o estilo de vida é o elemento fundamental de definição dos grupos e de seu status.

A preocupação com o estilo de vida, com a estilização da vida, sugere que as práticas de consumo, o planejamento, a compra e a exibição dos bens não podem ser compreendidos simplesmente como valores de troca. Tanto a expressividade da vivência pessoal da beleza negra e quanto o consumo de cosméticos afro podem ser entendidos como um novo habitus e um estilo de vida da negritude que tem se valorizado cada vez mais entre negros e negras brasileiras.

De acordo com Featherstone (1995), a importância do estilo de vida aumenta cada vez mais nos dias de hoje. A lógica por trás disso é a crença de que cada indivíduo pode escolher seu estilo, comprar os produtos e acessórios ou tudo mais que deseje para combinar consigo.

Diante do exposto, é necessário compreender a partir do discurso falado de mulheres assumidamente negras, de que modo as diferenças naturais entre os tipos de cabelo e suas especificidades, são utilizadas para pensar as diferenças/desigualdades na

sociedade brasileira, pois deixar o cabelo crescer "naturalmente" implica reconhecer a origem africana e conseqüentemente reconhecer um tratamento desigual, diferenciado na sociedade.

CAPÍTULO IV – BELEZA NEGRA E O CONSUMO DE COSMÉTICOS AFRO: O DISCURSO DAS MULHERES NEGRAS

O presente capítulo apresenta os resultados das entrevistas realizadas com 15 mulheres negras dos municípios de Olinda, Paulista, e Recife, situadas na Região Metropolitana de Recife-RMR sendo doze delas consumidoras de cosméticos afro e outras três donas de salões de beleza afro. As falas destacadas para a análise são as mais significativas em relação à temática abordada.

Como já dizia na introdução, este estudo, este desafio de análise do discurso é uma primeira aproximação à referida análise. Optou-se por nomear os sujeitos falantes e para preservar a identidade e privacidade das entrevistadas foi dado nomes fictícios (ver quadro abaixo) baseados em nomes das dinastias africanas da qual fazia parte a população africana, escravizada na América Latina e no Caribe.

Significados dos nomes femininos de origem africana

NOME	SIGNIFICADO
Aba	Nascida na quinta-feira
Bashira	Portadora de boas notícias
Dara	Bonita
Dayo	A alegria chega
Farisa	Fazer feliz
Halima	Gentil
Hanna	Felicidade
Ife	Amor
Imani	Fé
Jalia	Privilégio
Kalifa	Brilhante
Kinah	Voluntariosa
Mali	Riqueza
Nala	Rainha
Ona	Fogo

Fontes: <http://www.geledes.org.br/significados-dos-nomes-proprios-africanos/#gs.KdEo04M>

<https://raizdosambaemfoco.wordpress.com/2016/09/10/nomes-de-origem-africana-e-seus-significados-menas/>

Entretanto, as mulheres negras entrevistadas não estão aqui presentes enquanto sujeitos físicos, nem como lugares empíricos de existência, diria Eni Orlandi. Estão enquanto expressões de uma posição discursiva, com suas imagens e projeções que é o que as faz passar de suas situações empíricas – lugares do sujeito – para as posições de sujeito no discurso, significando, expressando sentidos na sua fala. Sentidos que como explica Eni Orlandi, não estão nas palavras mesmas.

(..) não são os sujeitos físicos nem seus lugares empíricos como tal (...) que funcionam no discurso, mas suas imagens que resultam de projeções [as] que permitem passar das situações empíricas para (...) as posições dos sujeitos no discurso (ORLANDI, 2010, p. 40).

A produção de sentidos no discurso se dá na sua relação com a ideologia, com as formações ideológicas. Quer dizer, que os sentidos do discurso se constituem no que o sujeito diz e os sentidos de sua fala, o não dito e dito, o que “se inscreve em uma formação discursiva” (idem, p.43). Por isso o “objeto discursivo não é dado, ele supõe um trabalho” (idem, p. 66) do/a analista, do/a pesquisador/a.

Primeiro passo para tal foi “converter a superfície linguística o corpos bruto ou as falas das entrevistas - dado empírico -, em um discurso concreto, em um objeto teórico” (idem, ib. p. 66), aqui obtido: a) com a transcrição das entrevistas, b) sua sistematização inicial a partir das respostas de cada entrevistada a cada pergunta da indagação.

4.1 Caracterização das mulheres entrevistadas

O quadro a seguir esquematiza a caracterização das entrevistadas.

As doze primeiras mulheres entrevistadas são consumidoras de cosméticos afro, já as entrevistadas de número 13, 14 e 15 são donas de salões afro da Região Metropolitana do Recife.

	Entrevistada	Idade	Escolaridade	Atividade remunerada	Renda Individual
1	Halima	24	Superior (cursando Pedagogia)	Bolsista de iniciação científica	R\$400,00
2	Ife	31	Superior (cursando Serviço Social)	Não possui	Não possui (só estuda)

3	Dara	22	Superior (cursando Serviço Social)	Estagiária	R\$500,00
4	Ona	22	Superior (cursando Direito)	Vendedora	Não possui (está desempregada)
5	Farisa	21	Superior (cursando Fisioterapia)	Estagiária	R\$600,00
6	Imani	23	Ensino médio completo	Modelo fotográfica	R\$650,00
7	Jalia	19	Ensino médio completo	Manicure	Não possui (está desempregada)
8	Hanna	24	Superior (cursando Pedagogia)	Estagiária	R\$480,00
9	Mali	25	Superior (cursando Dança)	Professora de dança	R\$1.000,00
10	Kinah	26	Ensino médio completo	Autônoma (coloca tranças afro)	R\$1.500,00
11	Nala	23	Superior (cursando Gestão Comercial)	Micro empreendedora (esmalteria)	R\$1.200,00
12	Kalifa	20	Superior (cursando História)	Não possui.	Não possui (só estuda)
13	Aba	49	Ensino médio completo	Empreendedora (dona de salão afro)	R\$2.000,00
14	Bashira	52	Superior completo	Empreendedora (dona de salão afro)	R\$5.000,00
15	Dayo	54	Ensino médio completo	Empreendedora (dona de salão afro)	R\$2.700,00

4.2 Mulheres negras e seus discursos

Por focar neste estudo as mulheres, nossa conversa iniciou-se perguntando algo simples como: **O que é ser mulher em nossa sociedade?**

As entrevistadas tiveram dificuldade e expressaram bastante insegurança ao responder. É possível acreditar que não tinham se perguntado a respeito, nem tinham sido indagadas para saber o que seria ser mulher, muito menos saber sobre ser mulher negra em nossa sociedade, embora tivessem a vivência.

Halima, por exemplo, disse:

“ser mulher hoje na sociedade é um sinônimo de luta, uma luta constante (...) pelo que a gente vem passando”.

Halima refere-se à luta significando um cotidiano difícil para as mulheres, o que nos últimos anos passou a ser cada vez mais notícias nos meios de comunicação e relatos entre as pessoas, quem salientam a violência a que estão expostas: violência doméstica, de gênero, estupro e assédio sexual; assaltos nos ônibus, nas ruas, entre outras. Mais ainda, suas dificuldades implicam também desemprego, baixos salários, relacionamentos difíceis com maridos e ou companheiros. Muitas têm que assumir sozinhas os/as filhos/as, as chefes de família.

Nesse sentido, para Halima ser mulher em nossa sociedade é ser uma guerreira. Precisa lutar diariamente, no sentido de resistir às diversas formas de opressão, de enfrentamento às necessidades da família, filhos/as e às suas próprias, as quais as mulheres vivenciam diariamente.

O sentido da fala de Halima identifica as mulheres em geral como um ser lutador, pois não as diferencia em termos de classe e raça. No entanto, ao referir-se às mulheres, suas referências são as das suas vivências, das mulheres das camadas da nova classe trabalhadora.

Já Dara referiu-se à indagação:

“Ser mulher nessa sociedade é cada dia se afirmar, querer buscar nosso lugar, querer quebrar esses paradigmas que foram erguidos no patriarcado e ter força” (risos).

Na fala de Dara, entende-se a mulher como lutadora frente ao poder do patriarcado, categoria conceitual do feminismo. Dara destaca nesse ser mulher sua luta por afirmação, por poder, no sentido de empoderamento³⁸, demarcando lugares e

³⁸ Como explica Laura Duque-Arazola (2004), na perspectiva feminista de gênero, o empoderamento das mulheres é compreendido no sentido de emancipação, superação da subordinação de gênero das mulheres. Com os avanços dos estudos feministas sobre o tema, tem sido problematizado o conceito de

espaços conquistados ou a conquistar, dominados e historicamente privilegiados para os homens. O riso de Dara pode ser entendido como significando ousadia em pensar as mulheres com poder nessa sociedade já que ela, sendo mulher, deveria ser sempre uma subordinada.

Farisa frente à pergunta o que é ser mulher responde:

“É algo muito difícil. Ser mulher, mulher negra é bem impactante pra sociedade, é muito difícil, é uma sociedade de luta mesmo, pra mim que sou negra, tanto no trabalho, como na faculdade é algo de muita resistência na realidade”.

Farisa, diferentemente às duas anteriores entrevistadas, definiu-se mulher negra, mesmo o sendo as outras duas. Relacionou a problemática de gênero das mulheres negras, à racial, no sentido de diferenciá-la da condição de gênero das mulheres brancas, vivenciada através das expressões racistas de colegas de sua faculdade – estudante branca dirigindo-se a Farisa e advertindo-a de suas maiores chances de profissionalização do que ela por ser negra. Algo que foi tratado teoricamente em capítulos anteriores.

Dessa maneira, Farisa revela que as mulheres negras na sociedade capitalista estão expostas a uma tripla exploração: de gênero, classe e raça, estando elas na base da pirâmide social. Entretanto, o sentido da fala de Farisa “... é muito difícil (...) é (...) luta mesmo, pra mim que sou negra, tanto no trabalho, como na faculdade é algo de muita resistência (...)”, afirma a luta e a resistência ao sexismo e ao racismo.

Hanna discursa dizendo que:

“(...) ser mulher é ser gestora, mãe... não poder ser feminina... enfim”.

Hanna, embora utilize o termo gestora, típico de linguagem empresarial, usa-o no sentido da mulher ser a responsável pela administração da casa, de gerir o orçamento familiar, uma expressão da divisão sexual do trabalho na ordem patriarcal de gênero, na sociedade capitalista contemporânea. Divisão essa que a faz responsável desse mundo privado, doméstico familiar.

Desde essa visão, o sentido da fala de Hanna, que parece problematizar as responsabilidades da mulher dona de casa: ser mãe, cuidadora, gestora, significando não ter tempo para ela, para cuidar de si (da pele, cabelos), deixando de lado sua feminilidade: expressada nos cuidados com sua aparência, arrumada, produzida, bonita

empoderamento. Para algumas feministas, empoderamento e autonomia referem-se a processos semelhantes, para outras são conceitos diferentes. Autonomia é considerado um conceito mais preciso no sentido da capacidade das mulheres de definir uma agenda própria de ter poder sobre sua própria vida. Autonomia implica processos de autodeterminação, autorrealização e os processos orientados ao empoderamento individual e coletivo.

para os/as outros/as. O sentido da fala de Hanna parece reproduzir a concepção sexista que associa o feminino, a feminilidade à mulher “*de cama e mesa*”, à mulher preocupada com a aparência.

Segundo Mali:

“Ser mulher é uma luta diária pra gente se afirmar a todo tempo, porque assim que a gente bota o pé na rua, a gente tem que se afirmar pela sua cor, pela forma de você se vestir, por tudo, por tudo. É uma guerra todos os dias”.

O sentido da fala de Mali, como a de Hanna, reproduz a concepção sexista do feminino em que a aparência de seu corpo marca um reconhecimento, significado por Mali como afirmação. As afirmações, as que partem de um aparecer visualmente bem, através do vestir, são para Mali, *um meio* das mulheres (negras) *afirmarem-se “pela sua cor”*, no sentido de que um bom vestir permite às mulheres negras reconhecimento, na medida em que marca uma distinção, poderia explicar Pierre Bourdieu.

Para Mali o vestuário parece permitir um reconhecimento e respeito à mulher e à mulher negra ainda mais. Entretanto, em se tratando das mulheres negras, o sentido da fala de Mali parece contrariar o discurso desse parecer (“mulher de cama e mesa”), dando-lhe um outro significado, o da *resistência*, como já indicado pela Farisa. Se por um lado Mali revela aspectos muito correntes sobre o feminino, o sentido de sua fala, adiantando-se à pergunta sobre ser mulher negra, parece contestar sua associação atual à tradicional, ligando-a e identificando-a com o espaço da senzala, reduzindo-as aos espaços de trabalho precarizados.

O sentido do vestir e sua aparência parece revelar uma mulher que está na rua, significando que está inserida no espaço público, que trabalha, que faz universidade, mas que cabe a ela, como mulher negra a responsabilidade de conquistar respeito por meio de sua postura e forma de vestir-se, insinuando (sentido) aspectos de preconceitos de gênero e raciais vividos pelas mulheres, principalmente pelas mulheres negras em nossa sociedade.

Nas entrevistas, quando indagou-se **o que é ser uma mulher negra em nossa sociedade?** algumas entrevistadas assim posicionaram-se:

Dara:

“Ser mulher negra nessa sociedade tem (...) diversos paradigmas ainda, porque você, pelo corpo você é objetificada e hipersexualizada várias vezes e... você não é vista na ciência”.

O sentido da fala de Dara revela uma percepção crítica a respeito de nossa sociedade em relação à figura da mulher negra, a *mulata*, que é identificada e associada a objeto do desejo sexual dos homens, o que tem sido usufruído pelo mercado da

indústria do turismo, por exemplo. A mídia também o reproduz, assim como os estereótipos sobre os homens e mulheres negros/as.

A imagem da mulher negra, ao mesmo tempo não visibilizada para estampar as capas de todas as revistas, pois “*não serve*” já que não faz parte desses mundos, muito menos os da ciência, diz a própria Dara. Mesmo assim, visíveis em algumas outras revistas – entretenimento, sexo, turismo, propagandas - pois sua imagem serve para a venda de produtos voltados para o âmbito da casa. Desse modo com essas imagens, reproduz-se a divisão social sexuada do trabalho doméstico e a divisão social racial do trabalho, a exemplo dos comerciais de materiais de limpeza, remetendo a mulher negra ao lugar do emprego doméstico, exercendo atividades historicamente subalternizadas, como é o caso da empregada doméstica.

Farisa:

“É... (grande pausa). Ser uma mulher negra, hoje na sociedade, é ser alvo de críticas, alvo de preconceito, de tudo que não presta na realidade. Então, hoje pra mim ser mulher negra na sociedade é uma luta, é uma luta. Então é um marco, é uma conquista, enfim... Tanto pra minha família, minha mãe que é negra, minha vó que é negra, minha família que é negra, que sofreram e sofrem até hoje. É algo de luta e de vitória mesmo”.

A longa pausa de Farisa pode ser entendida como uma certa resposta desta jovem mulher negra: pensando-se como tal e sendo desafiada a verbalizar seu pensamento .

No sentido da fala de Farisa, além de verbalizar sua identidade de mulher negra, exprime visões da consciência da negritude e da crítica ligada a uma ideologia racista, que preconceituosamente associa e significa o negro ao ruim, também insinuado pelas anteriores entrevistadas, mesmo quando não formulado como discurso politizado nas suas falas. Mas as vivências acumuladas das expressões desse racismo revelam-se como um momento inicial desse processo: *tudo que é de negro é ruim*, sintetiza o discurso de Farisa.

Cotidianamente os ditos populares racistas são reproduzidos ideologicamente, naturalizando-os, sem nenhum questionamento ou problematização, a exemplo: “*isso é coisa de nego*”, “*é nego por derrota*”.

O discurso de Farisa refere-se às vivências racistas, preconceituosas (*negro é malandro*) que devem ser enfrentadas e vividas cotidianamente pelas mulheres e homens negros, vencendo e conquistando reconhecimento, espaços: “é algo de luta e de vitória mesmo”, diz Farisa.

Enquanto *luta* tem que enfrentar todos os obstáculos para sua inserção nos espaços públicos de poder, do conhecimento, como as universidades (principalmente as públicas), nos melhores postos de trabalho, as melhores remunerações, entre outros, têm

ainda que lutar para desfazer os estigmas a que estão atrelados sua cor, sua raça, a exemplo dos cabelos crespos, cacheados, *pixaim*.

Como vimos em capítulos anteriores desta dissertação, isso é algo que está muito ligado à história brasileira, desde a colonização e a escravidão implantada pela coroa portuguesa, até os tempos de hoje, ficando perceptível o quanto a ideologia racista e hegemônica tem afetado a vida das mulheres e homens negros, das famílias negras, que têm a todo o momento que se afirmar enquanto seres humanos iguais aos outros, com direitos, enquanto mulher, enquanto trabalhador/a, enquanto intelectual, cientista, e ainda segundo sua raça e etnia, entre outros.

Quando Farisa utiliza o termo luta e vitória, o remete também às lutas e conquistas conseguidas pela população negra por meio de seu engajamento político nos movimentos sociais, nas diferentes lutas políticas e sociais, em particular o feminismo negro, que tem cuidado para tirar as mulheres negras da invisibilidade social a que são submetidas.

Imani e o sentido de sua fala ao referir-se à mulher negra, sintetiza um dos princípios das lutas feministas e do movimento negro à igualdade entre os seres humanos, mesmo sendo diversos, diferentes e em certas condições sociais, antagônicos.

Vejamos o que diz Imani:

“Eu entendo ser uma mulher como qualquer outra, até porque além de sermos negras somos todas mulheres e independente de qualquer cor temos que nos unir”...

Imani identifica-se como mulher negra. Sua fala salienta por vezes uma igualdade de gênero com as outras mulheres, homogeneizando-as em uma sociedade como a nossa, desvinculando-as de processos históricos estruturantes das desigualdades sociais de classe, gênero, raça e dos processos e contradições históricas relacionadas a essas desigualdades.

Nesse sentido, não problematiza a exploração e discriminações históricas a que têm sido expostas/os as mulheres e homens negros, diferentemente das/os brancas/os³⁹ ao longo da escravidão, contemporaneamente traduzido em suas remunerações: menores salários em relação às mulheres e homens brancas/os, ou ainda mais, ao grande contingente da população negra carcerária, exponencialmente maior em relação à população branca carcerária⁴⁰.

³⁹ Homens e mulheres brancas, assim como de outras raças e etnias, também têm sido historicamente objeto de exploração, dominação e opressão.

⁴⁰ Segundo dados do Sistema Integrado de Informação Penitenciária (InfoPen), os jovens representam 54,8% da população carcerária brasileira. Em relação aos dados sobre cor/raça verifica-se que, em todo o período analisado (2005 a 2012), existiram mais negros presos no Brasil do que brancos. Em números absolutos: em 2005 havia 92.052 negros presos e 62.569 brancos, ou seja, considerando-se a parcela da população carcerária para a qual havia informação sobre cor disponível, 58,4% era negra. Já em 2012 havia

Contudo, o sentido da fala de Imani afirma o outro lado dessa realidade contraditória, a igualdade entre as mulheres em função das relações de gênero: controle e domínio masculino da sexualidade e o controle do corpo das mulheres, o que se imprime a todas as mulheres: opressão, dominação, exploração, sejam mulheres negras, brancas ou de outras raças e etnias.

O sentido do discurso falado de kalifa destaca as desigualdades sociais entre homens e mulheres, em relação à sexualidade, ao domínio masculino e controle do corpo das mulheres, em especial as mulheres negras.

“Uma coisa bem mais severa, a gente sabe que a desigualdade entre homens e mulheres independente da sua cor é gritante, e aí se você é uma mulher negra você tem uma carga muito maior, uma visão muito mais detalhada dessa sociedade. É negado a você criar núcleos afetivos, por exemplo. A mulher negra seria aquela que só serve para saciar a libido mesmo, a questão física mesmo e nunca para ser trazida para dentro de uma casa, para o núcleo afetivo”.

A fala de Kalifa parece tomar como base da compreensão das desigualdades sociais da sociedade, as desigualdades de gênero e de raça, o poder e domínio masculino da sexualidade e corpo das mulheres. Nesse sentido, afirma Kalifa, *“A mulher negra (...) só serve para saciar a libido (..) e nunca para ser trazida para dentro de uma casa, para o núcleo afetivo”*.

O discurso de Kalifa explica as desigualdades de gênero como fatores muito presentes em nossa sociedade patriarcal, classista e racista. Sendo para ela, mais duro e severo com as mulheres negras em quem recaem as maiores desigualdades sociais, entre elas a *negação* de serem sujeitos da afetividade masculina, de construir com ela(s) o lar, o *núcleo afetivo* por exemplo. São elas sofredoras de uma tripla exploração opressão (gênero, raça e classe) estando a maioria delas na base da pirâmide social.

Muitas das concepções de mundo que consideram as pessoas brancas superiores às negras, estão ligadas a teorias (como a do branqueamento e eugenistas) que diariamente são usadas para demarcar lugares sociais, afirmando, a partir de elementos fenotípicos, a superioridade de uma cor (a branca) em relação à outra (a negra) e isso fica muito nítido no discurso das entrevistadas Mali, Ife, Nala, Ona e Imani ao falarem sobre **quais as diferenças em ser uma pessoa branca e uma pessoa negra em nossa sociedade?**

292.242 negros presos e 175.536 brancos, ou seja, 60,8% da população prisional era negra. Constata-se, assim, que quanto mais cresce a população prisional no país, mais cresce o número de negros encarcerados. A respeito disso ver - Mapa do encarceramento: os jovens do Brasil / Secretaria-Geral da Presidência da República e Secretaria Nacional de Juventude. – Brasília : Presidência da República, 2015. Disponível em: http://juventude.gov.br/articles/participatorio/0010/1092/Mapa_do_Encarceramento_-_Os_jovens_do_brasil.pdf

Na sua fala Mali diz:

“Ah... acho que a pessoa branca tem todas as oportunidades históricas que isso já diz né? enfim, pela colonização e tudo isso, então... nossa sociedade é claramente racista, isso é fato. Você pode passear pela cidade e perceber isso nos mínimos detalhes. Você vê que a maioria dos mendigos são pessoas negras, então porque será isso? Então a divisão ta posta. A gente tem que trabalhar e educar nossas crianças, educar, sobretudo nossas crianças negras, empoderar as meninas negras, pra gente poder tentar driblar isso um pouco melhor, pra num futuro a gente ter uma sociedade... meninos que não se tornem homens machistas e meninas mais empoderadas que não vão cair nos sistema machista porque vão tá fortalecidas”...

No seu discurso Mali exprime um conjunto de expressões do senso comum ([...] *a pessoa branca tem todas as oportunidades históricas...*), conceituações teóricas (...nossa sociedade é claramente racista...) experiência e vivências que nos *falam* das desigualdades *históricas sofridas e que você pode* perceber ao passear pela cidade e ver que “ (...) *a maioria dos mendigos são pessoas negras, então porque será isso?*”

Sua fala evidencia uma constatação de mínimos detalhes da relação raça-cor - classe social - pobreza - sujeito e seu lugar físico e social na sociedade. O olhar de Mali é crítico, não passam despercebidos esses mínimos detalhes para ela, não parece ser assim ao falar das pessoas brancas, pois esses mínimos detalhes não parecem ser percebidos entre as/os brancas/os das camadas mais pobres, pois nossa sociedade, além de patriarcal e sexista, é racista e classista. Sua fala e o sentido dela parecem desconhecer que a grande maioria das mulheres (e homens) brancas/os, e suas famílias, são membros da classe trabalhadora e dos setores mais pauperizados, mesmo sendo as mulheres negras e os homens negros os mais pobres entre os pobres.

A cor e o racismo imbricados à classe social e o gênero, podem definir os lugares sociais das pessoas negras na sociedade, a exemplo dos lugares de maior vulnerabilidade social como os da população mendicante/indigente que majoritariamente é como já dissemos negra e é essa maioria negra que predomina fora das escolas. Isso é significativo, pois a educação é um pilar importante na diminuição dessas desigualdades, ajudando a conquistar poder, autoridade, autonomia e empoderamento à população negra.

Outro fato a ser levado em consideração é que as crianças negras trabalham desde cedo, especialmente às meninas negras, que trabalham na rua e em casa. Questões de identidade e afirmação, que mediante a escolarização (estudos técnicos e de nível superior) permitiriam empoderá-las em relação às discriminações de gêneros, de raça e classe social, as mantêm subalternizadas desde sua infância, com toda a negatividade em relação a suas marcas raciais como a cor, os cabelos, e outras características corporais, por exemplos. Desde cedo estão expostas a essa subordinação.

Ife no seu discurso falado posiciona-se revoltada. Ela diz:

“Eles acham que o país, o mundo, é só pra branco, só pra branco e nós negros temos que baixar a cabeça, ser submisso, que ainda não acabou a escravidão, de uma certa forma, que a gente ta aqui pra isso, pra servir a eles, aos brancos e eu acho que isso tinha que acabar, mas infelizmente”...

Ife entende que as relações sociais são pautadas, também, por relações raciais, em que, apesar da escravidão já ter acabado, a população branca ainda enxerga a população negra como de natureza subalternizada, inferiorizada e subserviente, compreendendo também que esse tipo de relação e essa imagem negativa do/a negro/a inferior ao branco deve acabar. No entanto, Ife mostra-se descrente a respeito.

O discurso de Nala destaca:

“Na sociedade tem as diferenças que a gente sabe (risos)... a diferença entre ser uma pessoa branca e uma pessoa negra é que se tu vê passando na rua, onze horas da noite, se e tu é negro já vão olhar pra tua cara, todo mundo vai ficar andando na rua com medo. Agora se tu for branco, ninguém ta nem aí, passa despercebido, acho que essa é a diferença”.

Nala salienta na sua fala, a imagem racista de homens e mulheres em relação à negros/as, geralmente associados/as a perfis violentos e transgressores. Ou seja, a imagem da população negra está conotada por estigmas.

Ona em seu discurso afirma:

“Fisicamente pra mim, a única coisa que existe diferente numa pessoa branca e negra realmente é a cor... pra minha visão. Mas infelizmente pra sociedade não é a mesma. Pra sociedade uma mulher negra tem que fazer tudo em casa, ela não pode ser uma pessoa bem sucedida, ela tem que ter o estereótipo sexual. A mulher branca não, a mulher branca é bem sucedida, ela não faz nada em casa, ela é a mulher bela, recatada e do lar”.

Ona, ao mesmo tempo em que percebe que a cor física não deveria ser um elemento discriminador, o é pelas relações sociais racistas e a ideologia que sustentam, porque todos os seres humanos são iguais. A cor torna-se um elemento diferenciador, simbolizando na cor a base da discriminação [*Pra sociedade uma mulher negra (...) não pode ser uma pessoa bem sucedida (...)*] e em relação a cor oposta, a branca, os símbolos são relacionados à superioridade.

Ona é enfática nessas observações, parece desconhecer as relações de classe em que estão inseridas as mulheres brancas e de outras condições raciais [(...) *a mulher branca é bem sucedida, ela não faz nada em casa, ela é a mulher bela, recatada e do lar*"]. Nesse sentido Ona destaca que a sociedade categoriza nas pessoas pela cor, principalmente em relação às mulheres negras, a quem associam aos empregos mais precarizados, no caso o doméstico.

Como já explicado nesta dissertação, isso se deve a uma história de colonização/escravidão, vivenciada principalmente pelas “mulatas”, que trabalhavam na casa grande, eram amas de leite e prestavam os serviços sexuais para o seu senhor. Essa condição da mulher negra ao longo da história ajudou em sua estigmatização e sexualização, que até hoje tem sua imagem relacionada ao trabalho doméstico e ao sexo.

Ao contrário das mulheres negras, as mulheres brancas em geral, eram simbolizadas como pertencentes aos lugares sociais de status e camadas sociais de classe de maior poder econômico, político e social. Ao mesmo tempo que nas sociedades de origem escravocrata, as mulheres brancas, são vistas e simbolizadas como mais “recatadas” e com maior potencial, inclusive para o mercado de trabalho.

Imani discursa que:

“Diferença nenhuma. Acho que pro branco tem mais oportunidade, a única diferença é essa. Pra mim eu acho que são pessoas iguais, mas que a sociedade enxerga da mesma forma? não, isso é bem óbvio.

O sentido do discurso de Imani é afirmativo sobre as mulheres negras, assim como várias das outras entrevistadas, considerando que humanamente falando, entre brancos/as e negros/as não há diferenças, apenas em termos das relações sociais em que estão inseridos/as homens e mulheres.

O discurso de Imani, não visibiliza as diferenças vivenciadas por brancos e negros em nossa sociedade. Ela prontamente concebe que as pessoas brancas têm mais oportunidades em relação a tudo.

Pode-se dizer, em relação às diferenças sociais vividas por brancas/os e negras/os em nossa sociedade, que elas se dão por conta de teorias e mitos criados que se popularizam em cima da cor, em cima das relações sociais/raciais, como é o caso do mito da democracia racial no Brasil.

Perguntadas se **no Brasil vivemos em uma democracia racial** a respeito disso as entrevistadas Dara, Farisa, Mali e Kinah assim posicionaram-se:

Segundo a fala de Dara a respeito da democracia racial brasileira:

“Eu acho engraçado (risos), eu acho engraçado porque não se vive nem numa democracia, imagina uma democracia racial (risos). Porque os direitos para nós são negados muito mais, as políticas públicas para a população negra são vistas como privilégios, e a gente não enfrenta nada de privilégios, a gente luta todo dia”.

Dara entende que o momento vivido é de limitação do Estado Democrático de Direito e que para viver numa democracia racial, os direitos sociais (coletivos e individuais) das pessoas negras teriam que ser respeitados. Sendo que muitas vezes as políticas públicas para a população negra, como é o caso das políticas de ações

afirmativas, são colocadas em forma de privilégios de uma raça (negra) em relação à outra (branca), sem se questionar os processos de negação de direitos a qual a população negra esteve e está exposta, tendo a população negra que se desdobrar (por conta da negação de direitos) para se inserir nos espaços historicamente privilegiados, como é o caso das universidades.

Farisa:

“A gente vive numa democracia racial? (gargalhada). Não, a gente não vive numa democracia racial não, jamais. Eu que sou negra e que sou de terreiro, acho que eu tenho total poder pra dizer que a gente não vive numa democracia racial. Não vive de jeito nenhum. Primeiro porque todo dia a gente sofre racismo, seja no ônibus, seja em qualquer lugar e o poder do negro na sociedade comparando com uma pessoa branca não é igual. Então não é uma democracia, porque democracia seria todo mundo igual”.

Em sua fala, Farisa expõe sua dificuldade em ser mulher negra e de terreiro em nossa sociedade, onde ela sofre o peso do preconceito de cor e da intolerância religiosa por fazer parte do candomblé, religião estigmatizada por ser de matriz africana. Ela entende o preconceito de cor e a intolerância religiosa como barreiras à não problematização frente às aceitações hegemônicas (cor branca e religião católica/protestante).

Mali:

“É mentira não vivemos numa democracia racial, é puramente demagógico, não vivemos e ponto. Porque a sociedade tá posta de uma forma que pra mudar isso... Vamos olhar a nossa câmara dos vereadores, eu não sei exatamente quantas mulheres têm lá, mas provavelmente a gente tem um número baixíssimo de mulheres e, sobretudo de mulheres negras. Então como a gente vê isso? A gente tem que olhar também pra onde tá nossa representatividade e vê como que a gente tá sendo representada, que é puramente por pessoas brancas, assim, a grande maioria. Então até mudar isso, a gente tem que ter pessoas negras lá representando a gente, pra gente poder ter pauta né? pra gente poder ter quem lute pela gente, porque até então, as pessoas não vão lutar pela causa negra”.

Mali percebe a falta de democracia racial, observando a não representatividade da população negra nos espaços públicos políticos, como a câmara de vereadores, principalmente em relação às mulheres, sobre tudo as negras. Muito disso é parte das violências simbólicas às quais as mulheres sofrem como as de gênero e de raça que no contexto social são naturalizadas.

O discurso de Kinah a respeito:

“Olha eu acredito que o Brasil só seria uma democracia racial se a cor da gente fosse aceita com igualdade. Mas na minha opinião nós todos vivemos numa democracia e somos todos iguais.

Ao mesmo tempo que a fala de Kinah afirma perceber que a cor é um demarcador de lugar, um elemento de desigualdade social, contrariamente ela entende que o fato de

vivermos numa democracia, isso já nos outorga uma condição de igualdade. Seria apenas formal? apenas nos termos da lei? Kinah não especifica e sua fala parece cortar-se nesse momento.

A democracia racial insinuada na forma da lei (Constituição de 1988), no cotidiano de negros e negras não parece ser vivida assim.

Apesar de grande parte da população negra viver em situações de vulnerabilidade social, as lutas travadas pelo movimento negro almejando uma maior inserção de negras e negros, observa-se em termos de representatividade em espaços privilegiados (como na mídia televisiva), que tem diminuído o olhar negativo de negras/os em relação a sua própria beleza, o que se reflete diretamente nas visões e práticas cotidianas que começam a visibilizar e subjetivamente a incorporar uma outra visão da beleza negra em relação à branca.

Perguntadas as entrevistadas sobre **quem era mais bela, a pessoa branca ou a pessoa negra e o por quê?** as entrevistadas Ona, Mali, Kinah e Hanna assim responderam:

Segundo o sentido do discurso de Ona:

“A mulher negra, a mais bonita (risos). Porque é aquela coisa como eu te disse, é aquela coisa diferente, é um cabelo mais afro, um cabelo mais cacheado, é um jeito de olhar mais diferente, é diferente, então pra mim o que faz diferença é mais bonito”.

Nesse sentido, para Ona a base da beleza negra está na diversidade em que ela se manifesta, esse algo diferente em relação à beleza branca (homogênea, monótona) que mesmo hegemônica não seria tão bela no sentido de Ona. O olhar, o cabelo afro, cacheado são pontos importantes da beleza matizada, diferenciada.

Mali significa a beleza de um outro modo:

“Eu vou dizer pela minha vivência e pelas pessoas que eu conheço que a mulher negra é muito bela, porque essa é minha vivência e meu contato, é quem me rodeia... são pessoas negras, então”...

O sentido de beleza na fala de Mali vem do modo como se dão seus relacionamentos familiares e de amizade: a beleza negra é maior do que a branca, porque ela envolve a solidariedade, o jeito de ser, que no processo de vivências e afetividade torna-se um elemento belo de cada um desses seres e um fator importante para a identificação/afirmação desta beleza negra.

Kinah afirma a beleza da mulher negra, mais bela que a branca. Vejamos:

“A negra a mais bela (risos). Porque a mulher negra chama mais atenção né? o charme da cor... o destaque”.

Na mesma linha de pensamento, Kinah atribui ao diferente, ao que ela categoriza como charme, destaque, os motivos de acreditar numa beleza mais intensa nas mulheres negras em relação às mulheres brancas. Sua fala lembra muito as atribuições e caracterizações da mídia hegemônica: a beleza negra é uma beleza exótica.

Hanna distingue a beleza da mulher branca e negra:

“Ah.. eu acho que elas têm belezas distintas. Assim... como eu falei, a negra tem toda a questão histórica ao redor dela... mas elas têm belezas distintas, eu só consigo ver mulher”.

No sentido do discurso de Hanna, a categoria beleza está presente em todas as raças, independente de ser uma mulher negra ou branca. Antes de belas, ambas são mulheres. Ela atenta para as questões históricas nas quais as mulheres negras estão inseridas, sendo isso muitas vezes usado para exaltar a beleza negra, devido aos processos de lutas/resistência passados por elas.

Muitas dessas lutas/resistências ficam explícitas nas situações de racismo/preconceito a que são submetidas diariamente as pessoas negras.

Perguntadas se já presenciaram alguma situação de preconceito/racismo, as falas de Ife, Dara, Ona, Jalia, Hanna e Mali revelam:

Ife:

“Como vou dizer... é aquele racismo velado né? Comigo mesma. Você entra em determinado local, ficam olhando de uma maneira assim, meio que desconfiada né? Porque sou negra, tatuada, aí ficam pensando: essa mulher aí vai comprar ou chamar os comparsas dela? Você sente isso, você sente isso. E também até eu mesma cometo preconceito. Se eu tô num ônibus e sobe um homem negro, mal vestido eu já penso logo em esconder meus pertences, eu acho que ele vai me assaltar... hoje mesmo eu fiz isso”.

Em sua fala Ife revela seus próprios preconceitos velados (preconceitos não expostos diretamente) e vivenciados. Ela expõe os preconceitos (suspeitas, dúvida) que ela vivencia como negra e tatuada indicando que o fato de ela se encontrar nessas duas categorias (negra, tatuada) a deixa exposta nos ambientes que frequenta e os que ela já subjetivou a respeito dos homens negros, por exemplo. Contraditoriamente, Ife mesmo sendo vítima de preconceito racial, ela também é acometida desse preconceito racial. Pode-se dizer que isso ocorre pela ideologia racista dominante, já introduzida, subjetivada e naturalizada de que todo/a negro/a é ladrão/a, malandro/a. Essas visões ideológicas são reproduzidas cotidianamente e de tão repetidas diariamente, acabam sendo despercebidas, como tais, não problematizadas a respeito.

Dara:

“Sim. Eu vou contar a minha. Quando eu fiz big shop no cabelo, uma pessoa chegou a mim e disse: nossa você vai ficar muito mais bonita, vai ficar bonita pra os italianos, muitos italianos gostam de mulheres assim como você, da sua cor...”

você nem é tão escura e nem tão clara, é misturada, eles iam adorar seu tipo de pele”.

O discurso de Dara expôs que ao resolver assumir sua identidade negra, a partir dos seus cabelos realizando o *big shop* (o grande corte, corte total do cabelo com o intuito de retirar toda a parte afetada pela química, para que o cabelo volte a crescer natural) teve sua beleza automaticamente associada a conotações sexuais, da mulata tipo exportação, mulher nem tão branca, nem tão negra que “serviria” aos prazeres do homem estrangeiro, já que sua pele não é tão escura e sua beleza é considerada exótica. Isso nos faz refletir sobre os mercados contestados de turismo sexual, tão crescentes no Brasil, onde as mulheres negras são mais vulneráveis.

Ona:

“Eu vou contar um que foi comigo mesma. Pelo fato de eu fazer fisioterapia, a grande maioria da sala é branca, cabelinho liso, de olhos claros. Eu sou a única... realmente eu sou a única preta de cabelo afro e que chego lá com brinco de madeira desse tamanho... E aí começaram a falar. Logo quando eu entrei [na faculdade] começaram a perguntar por que eu escolhi a área e aí eu expliquei e aí automaticamente foi um racismo comigo, porque fizeram assim: mas eu acho que você tem mais cara de serviço social, tu não tem cara de fisioterapia, sendo bem sincera. Foi uma menina que disse: “desculpa tá te falando isso, mas eu não vejo... um hospital não vai querer te contratar, se tiver eu e você”... Claro que eles vão querer ela. Ela era loira de cabelinho liso. Aí eu: tá, mas felizmente o que mede é nosso ensino, nossa sabedoria, não é minha cor. Hoje ela fala comigo e até se arrependeu do que falou, mas infelizmente é assim”.

Em sua fala Ona revela como a cor é um demarcador de lugar em nossa sociedade. Essa fala revela como a cor é associada a determinados cursos, profissões principalmente pelo fato da fisioterapia ser um curso historicamente de brancos, causando o “estranhamento” pelo fato de Ona, mulher negra, empoderada em relação à sua identidade, estar fazendo parte de um ambiente que racialmente não seria o natural para ela.

Historicamente à população negra foi evidenciado e não problematizado que seu lugar não é nos espaços de poder, como os espaços públicos do poder político e social, as universidades e cursos de maior prestígio social, e sim nos empregos menos remunerados como o doméstico ou os que têm relação com o espaço doméstico.

Jalia, no sentido da sua fala expressa uma visão de racismo e as vivências discriminatórias do mesmo, como contraditórias:

“Sim. Todos os dias, todos os dias [vivencia-se o racismo]. O simples fato de usar o turbante, você é taxado como... se tiver dentro do ônibus, se tiver uma cadeira vaga ninguém senta ao lado”.

Essa fala de Jalia remete à discussão de como os objetos não são neutros, nem seus usos, como afirmam Mary Douglas e Baron Isherwood, já que o turbante, objeto identitário e de empoderamento negro, cheio de simbologias, quando usado pelas

mulheres negras é rechaçado em nossa sociedade. Porém, quando usado por uma mulher branca é aceito de forma *natural*, sem maiores questionamentos, sendo visto até como um objeto charmoso e, mais uma vez, exótico, agregando valor à beleza branca. Isso faz lembrar também da discussão sobre apropriação cultural ou desde um outro ponto de vista, seguindo a Nestor Garcia Canclini, dos processos de hibridação cultural e as mediações dos mercados globalizados.

Hanna valeu-se de uma vivência sua e de uma amiga para falar do racismo e seus preconceitos:

“Eu tava com uma amiga negra num shopping e aí chegou uma senhora, parecendo ser meio de classe média alta e começou a olhar pra ela e dizer que o papagaio dela não gostava de negro. E aí a gente ficou meio assim... e aí minha amiga falou: é, mas com certeza se ele não gosta de negro é porque alguém ensina ele a não gostar de negro, porque bicho não tem preconceito. E aí a mulher ficou falando que não, que ele não gostava mesmo e aí minha amiga se tocou e disse: eu acho que quem não gosta de negro é a senhora e não o seu bicho. Aí ficou meio assim nessa discussão e a mulher continuou negando que não era ela, mas aí... sabe, ela foi pra um canto e a gente ficou no outro, ficou nessa (risos)... ridículo”.

Nessa fala Hanna revela como o racismo/preconceito pode ser revelado de diferentes maneiras, algumas até surreais, ao ponto de uma pessoa nitidamente racista ao ser questionada sobre isso, colocar a culpa em um animal irracional, como o papagaio. Isso demonstra como o racismo/preconceito tem se apresentado com diferentes facetas, intensificando a necessidade de ação do movimento negro unificado na luta contra toda forma de preconceito, discriminação. Mesmo identificado o racismo, pelo supressivo que se mostra, inibe as reações, bloqueia argumentos contestatórios, conforme o sentido da fala de Hanna “(...) *ela foi pra um canto e a gente ficou no outro, ficou nessa (risos)... ridículo*”.

Mali:

“Abertamente não. Mas eu sofro racismo todo dia, como eu sou professora de dança, então quando eu chego numa escola, sobretudo numa escola particular pra trabalhar com meu black solto, com minhas tranças soltas... você vê os olhares... então”...

Mali revela como o preconceito velado está presente nas situações mais “sutis” de nossa sociedade, seja pela forma de falar, olhar ou de categorizar uma pessoa como superior ou inferior em relação à outra, por meio de atributos fenotípicos. Indicando ainda como o cabelo crespo/cacheado é um elemento que causa revolta e é alvo de preconceitos em nossa sociedade, haja vista que o cabelo ao mesmo tempo em que é um elemento de identificação, é também um elemento político, pois afirma categoricamente a negritude.

Muito disso se reflete na idéia da **importância de assumir a identidade negra em nossa sociedade**. Como relatam Halima, Dara, Jalia, Hanna, Mali, Aba, Bashira e Dayo.

Halima:

“Eu acho que fica mais fácil quando você se assume como negro. Você se aceita, pelo menos pra mim foi mais fácil lidar com os outros, com o preconceito dos outros, quando você já trata isso dentro de você”...

O sentido da fala de Halima atenta como a questão de reconhecimento/aceitação pessoal é importante no processo identitário e crítico frente ao racismo, considerando que essa aceitação é algo que tem que surgir de dentro, a partir do indivíduo, coisa que ajudará no combate aos preconceitos alheios, haja vista que a pessoa estará mais fortalecida, pois ela/ele se reconhece e se aceita como negra/o.

Dara:

“Pra mim é importante assumir essa identidade pra gente se reafirmar a cada dia, se encontrar com nossos ancestrais, ter conhecimento de que nós não somos só o ruim, o lado ruim da sociedade, nós somos o lado bom e o lado forte da sociedade”.

Dara relaciona a aceitação da identidade negra a aspectos de ancestralidade, associando a afirmação da negritude aos seus antepassados, exaltando a importância do reconhecimento positivo das ações de negros/as em nossa sociedade como forma de valorização da população negra.

Jalia:

“Você tem que mostrar que você tá ali e assim... você tem que primeiro se aceitar, pra poder que os outros lhe aceitem”.

Jalia enfatiza a necessidade de autoaceitação como propulsora da aceitação alheia. Isso faz lembrar também da importância do processo de motivação interna.

Hanna:

“Ah porque... pra representar né. A gente precisa muito disso, de representatividade... essas questões das características negras... e tem muita mulher que... quer dizer, infelizmente é imposto isso, que se a gente nasce negra a gente tem que ser igual a branca, ao cabelo, a cor né? As características físicas... nariz... tudo isso (risos)”.

Hanna lembra da importância dos aspectos de representatividade negra nos espaços sociais, atentando para o padrão de beleza que é imposto em nossa sociedade: mulheres brancas, cabelos lisos, nariz fino, onde as mulheres negras ao tentarem atingir o padrão de beleza que é imposto sofrem um processo de descaracterização de sua imagem/identidade e até de sua própria beleza, a exemplo dos cabelos alisados x os cabelos crespos e cacheados.

Mali:

“Porque é uma afirmação mesmo de quem você é. É uma afirmação de quem eu sou, o meu cabelo é assim e essa é quem eu sou na minha essência”.

Mali, atenta para a importância de enfatizar a negritude, principalmente por meio do cabelo, que ao mesmo tempo em que é um marcador de beleza, é também um marcador de identidade, que tem uma forte conotação política, haja vista que ele demonstra quem eu sou e de onde sou.

A respeito dessa mesma temática (identidade negra) as três donas de salão afro responderam da seguinte maneira:

Aba:

“É questão de liberdade né, de ser você mesma, é muito importante”.

Bashira:

“Eu acho que é questão de personalidade e cultura também, porque no momento que eu me identifico como negra e eu tenho um espaço pra realmente ter essa liberdade, eu automaticamente vou assumir essa identidade, isso na realidade vem de uma conscientização, então eu vou me sentir bem sendo negra e no meu caso trabalhando com pessoas que têm a mesma etnia”.

Dayo:

“Para mim é um grande desafio, é a conquista do empoderamento. E acho muito importante para o seu crescimento na sociedade e o seu próprio crescimento, o seu empoderamento. Acho que a força vem da raiz, de você saber que está conectada a ela e que isso lhe faz crescer como mulher negra. Mas também não discordo de quem não assume os seus cachos, mas sempre incentivo para o natural”.

As 3 falas das donas de salão associam o fato de assumir a identidade negra a fatores como liberdade, personalidade e empoderamento, pois para elas o fato de assumir uma identidade negra faz com que as mulheres negras sejam vistas na sociedade, faz com que elas se aceitem mais, coisa que também vai auxiliar na aceitação do outro em relação a essa identidade negra.

Igualmente a percepção sobre **o que é uma beleza negra**, conforme as entrevistadas Dara, Ona e Mali entendem da seguinte maneira:

Dara:

“Quando se fala de beleza negra me vem o reconhecimento da identidade, porque você vai se reconhecer, você vai encontrar sua beleza, é...a cor da pele né? A cor da pele”.

Em sua fala, Dara relaciona beleza negra aos aspectos identitários, ressaltando a cor da pele como um elemento chave para esse reconhecimento.

Ona:

“Eu entendo uma beleza diferente que tá sendo descoberta agora. Infelizmente tá sendo descoberta agora”.

Ona relaciona beleza negra a uma beleza diferente do padrão hegemônico, fazendo-nos refletir sobre a postura do mercado frente a negros e negras que somente agora se deu conta que existem outras formas de beleza, inclusive a negra.

Mali:

“Num sei, eu imagino que seja uma pessoa feliz assim, liberta de um monte de padrões que a sociedade impõe... uma pessoa livre”.

A fala de Mali atenta para o fato de assumir a beleza negra está ligado à liberdade, pois muitas mulheres vivem a ditadura da beleza branca, hegemônica e quando entram nesse processo de aceitação/valorização de sua beleza negra, sentem-se livres. Pode-se pensar que o uso de cosméticos específicos para a população negra auxiliou nesse processo de aceitação/valorização da beleza, pois agora, principalmente as mulheres negras têm produtos pensados para sua pele e cabelos.

Sobre esta mesma temática (beleza negra) as donas de salão afro revelaram:

Aba:

“Eu entendo como afirmação da pessoa, de entender que cada mulher tem sua beleza, existem várias raças, todas as raças têm sua beleza, têm sua importância, é a pessoa se valorizar no que ela realmente é”.

Bashira:

“Eu acho que é um conjunto, eu acho que independente de ser negra ou branca existe uma beleza interior primeiramente. E a questão da característica, eu acho que existe um diferencial, eu acho que o negro ele já chama a atenção por ele ser negro. As vezes é um detalhe, o seu perfil, a forma dele se vestir, a postura dele diante da sociedade, diante de todo contexto social e dependendo desse negro ele vai ter uma vida com sucesso, porque se ele se sente bem sendo negro, então esse perfil vai transmitir isso nas pessoas, então as pessoas vão ver isso nele, um perfil de uma pessoa negra, mas de uma pessoa negra que se gosta, que seja um pessoa liberta de qualquer preconceito”.

Dayo:

“Entendo hoje em dia como uma força, uma luta do nosso passado, pois não éramos valorizadas, mas hoje em dia vejo uma grande força quando eu olho para uma negra a beleza é literalmente gritante”.

Pelo discurso falado as três donas de salão entendem a beleza negra como afirmação da pessoa, como uma luta de ancestralidade, como uma postura frente a essa sociedade que impõe um padrão de beleza hegemônico, isto é, uma beleza branca e de cabelo liso. Então assumir a beleza negra é ter um posicionamento de afirmação frente aos padrões que são impostos.

Questionadas sobre se **as mulheres negras estão valorizando-se mais e o por quê?** Aba, Bashira e Dayo relataram:

Aba:

“Com certeza, por causa de uma incentivando a outra e estão percebendo e estão se aliando, se fortalecendo e estão se unindo mais”.

Bashira:

“Com certeza. O empoderamento da mulher, isso leva a elas se assumirem cada vez mais e elas estão se assumindo. Antigamente aqui mesmo no salão as pessoas vinham muito alisar o cabelo, um cabelo transformado, liso, não

permanenteado, mas sai completamente de sua característica e hoje esse percentual caiu significativamente. Hoje a gente tem pessoas que vêm transformar, mas só pra manter sua característica e mudar só a questão do espiral do cacho, mas se manter a mesma característica”.

Dayo:

“Sim, porque elas estão tendo mais conhecimento de sua história, de suas raízes”.

Em seus discursos, as donas de salões afro revelam perceber aceitação e valorização da identidade negra e que atualmente as mulheres negras estão muito mais conscientes de sua beleza e identidade. Pode-se pensar que muito disso se deva à articulação do movimento negro unificado e pela presença de mulheres negras nos espaços como a mídia, o que faz com que mais mulheres queiram assumir sua beleza negra, principalmente no que diz respeito ao cabelo, elemento de identificação e de posicionamento social.

Sobre **o uso de cosméticos específicos para a população negra** em seus discursos Halima, Ife, Dara, Ona e Farisa revelam:

Halima:

“Eu acho que agora a gente tá vivendo uma nova fase, onde as pessoas tão se aceitando mais né? As pessoas negras, e estão em busca desses produtos. Daí o mercado né com toda a estratégia de vender cria essas linhas para cabelos negros, pra os negros”.

Halima lembra o momento que a população negra vem passando, um processo de auto-aceitação de sua negritude, de sua identidade racial, por isso a busca de cosméticos específicos para sua cor. Do outro lado está o mercado que percebe essa dinâmica de aceitação da identidade negra e aproveita para aumentar seu lucro com a venda de produtos específicos para a população negra.

Ife:

“Eu achei bom que fizeram isso. Porque antes não tinha uma marca específica pra o tipo de cabelo da gente, a gente tinha que usar o que qualquer um usava... tinha cabelo liso, cabelo tingido... e tudo cabelo fino. Agora que inventaram isso pra o cabelo afro, achei legal (risos), eu mesma faço uso, meu cabelo tá bem mais definido”.

Em sua fala Ife associa a descoberta da beleza dos cabelos crespos e cacheados, à força que os produtos específicos trazem ao reconhecimento de seus cabelos para sua identidade negra: valorizam a beleza dos cabelos crespos e cacheados, haja vista que antes, para fazer uso de qualquer produto, ela tinha que usar cosméticos de mulheres com cabelos finos, ou seja, ela fazia uso de cosméticos que não realçavam sua beleza negra. Agora com esses cosméticos específicos ela se vê representada e com sua beleza negra realçada.

Dara:

“Eu acho legal [produtos para a beleza afro], porque a gente nem era visto no mercado e agora tá tendo um boom. Mas ao mesmo tempo eu acho que a gente tem que ser visto não só no lado da cosmética, mas nos outros lados também”.

O sentido da fala de Dara aponta uma contradição na relação negritude: o mercado de cosméticos afro. Chama a atenção para essa nova efervescência do mercado com a venda de cosméticos afro, nicho que tem crescido, embora antes o mercado atuava como se a população negra não consumisse, como se fosse invisível. Dara lembra ainda que a atenção à população negra não deve ficar só na área de cosméticos porque garante um consumo que beneficia a indústria e comércio, deveria sim se estender a outras dimensões do sujeito mulher-homem negra/o, a exemplo as áreas de educação, trabalho, saúde, moradia.

Ona:

“Eu acho legal. Eu acho legal que foi disponibilizadas mais linhas, mais coisas pra gente usar. Não só existe aquela cachos definidos, agora existe o crespo divino. Então existe desde o cacho até o crespo, que também era uma coisa que ninguém queria dizer: ah meu cabelo é crespo”.

Ona, com sua fala, referencia também a indústria de cosméticos afro, pois mostra o crespo divino, os cachos. Ona faz referência à importância de ter produtos específicos para a população negra, chamando a atenção para o número de produtos disponíveis não só para cabelos cacheados, mas também para cabelos crespos, pois agora a população negra de cabelos crespos pode realçar sua beleza negra, ajudando no processo de aceitação de sua identidade.

Farisa:

“Eu particularmente pra usar um negócio no meu cabelo eu sou muito assim... Eu vejo uma procura né, uma procura muito grande. O pessoal tem uma referência. Dizem: ó usa esse creme... a gente que é negro vai por indicação. Então essa coisa do cosmético é ótimo, porque a gente usa como referencia. A gente que eu falo é a mulher negra...eu tenho amigas que usam, que me indicam”.

Farisa atenta para o aumento da procura por produtos específicos para a população negra, haja vista que negros e negras estão assumindo sua identidade. Mais ainda, no sentido de sua fala, salienta como esse assumir a negritude e os cabelos crespos e cacheados está permitindo uma troca, um partilhar que termina afirmando a identidade assumida e os cabelos antes rejeitados. As amigas indicam os cosméticos que devem usar, é a propaganda confiável deles e esse processo de indicação exerce uma forte influência na escolha de cosméticos afro, principalmente para a mulher negra.

A respeito dessa temática (o uso de cosméticos afro pela a população negra) as donas de salão afro relataram:

Aba:

“Eu acho interessante. Porque fazem produtos específicos que ajudam, se bem que muitas vezes a indústria tenta se aproveitar, pra fazer aquela muitas vezes embalagem, mas assim, também tem ajudado bastante, porque fica específico para cada tipo de cacho, aí isso ajuda”.

Bashira:

“Ainda bem que existe na verdade. Porque Antigamente não existia, eu acho que também era o motivo pelo qual a gente não tinha uma certa condição de usar o cabelo como a gente gosta, porque não tinha um cosmético específico. Hoje já tem várias linhas, se você vai no mercado você encontra várias linhas e ainda na internet existem várias pessoas que indicam e isso facilita muito o uso e a procura”.

Dayo:

“Eu acho que é algo que ajuda as mulheres negras no trato com seu cabelo, com sua beleza, pois é algo pensado para ela, para o cabelo dela. Antigamente não tínhamos essas opções”.

Para elas os cosméticos afro têm auxiliado no cuidado dos cabelos das pessoas negras, o que se reflete na autoestima e aceitação da identidade negra e para elas, nesse sentido (atualmente) a indústria de cosméticos tem ajudado, pois oferecem produtos para os diferentes tipos de cabelos crespos e cacheados.

Quando perguntadas sobre **o que achavam do desenvolvimento desses cosméticos afro pelo mercado, se seria uma valorização da população negra ou uma manobra do mercado para aumentar as vendas e o por quê?** As entrevistadas, Ife, Dara, Ona, Mali responderam:

Ife:

“Manobra do mercado, nada mais que isso. Eles perceberam né? Que a população negra tá se aceitando mais, assumindo seus cabelos afro, com poder aquisitivo maior, um pouco maior... porque antes a gente não tinha tanto. Então eles viram isso como um meio de vender mais, não é que eles valorizem o negro não, só foi isso, pra eles lucrarem cada vez mais.

Ife responde sem dúvida alguma que o mercado está produzindo e vendendo esses produtos específicos para a população negra visando aumentar o lucro, haja vista que ele percebeu que a população negra tem hoje um poder aquisitivo maior e está aceitando sua negritude.

Dara:

“Assim... do mesmo modo que a gente tá tendo essa visibilidade pelo mercado de cosméticos, tanto para pele como para o cabelo, mas ao mesmo tempo eu acho que o foco, que a gente vive num sistema capitalista, é o lucro né, o mercado” (risos).

Dara atenta para o fato de vivermos em um sistema capitalista, onde o princípio primeiro desse sistema é o lucro, logo essa visibilidade de negros e negras pelo mercado de consumo seria muito mais com o objetivo de aumentar as vendas, do que valorizar a identidade negra.

Ona, nesse mesmo sentido da fala de Dara, assim diz:

“Eu acho que seria uma via de mão dupla. Eles valorizam porque existem muitos comerciais, muitas coisas e ao mesmo tempo eles ganham muito com isso”.

Ona entende que seria tanto uma valorização da negritude, quanto uma oportunidade para o mercado aumentar o lucro, posto que quando o mercado disponibiliza diversas linhas de produtos afros, ele evidencia a existência de uma população negra (sob a ordem do capital) e diversa, dada sua mestiçagem e a própria mobilidade social alcançada (estudos, trabalho), o que ao mesmo tempo aumenta sua comercialização e vendas.

Nessa ótica também se expressa Mali:

“Eu acho que é um pouco os dois. Eu acho que tem uma mistura de atender o mercado que ta aí, então eles vão fazer de tudo pra ganhar, pra conquistar esse mercado, porque é um mercado grande”.

Mali entende que o mercado com suas vendas de cosméticos afro, ao mesmo tempo que mostra a existência de uma população negra, ele também lucra com as vendas de inúmeros produtos específicos para essa população, haja vista que a maioria de nossa população é negra, o mercado tem um grande nicho pra lucrar.

As falas das entrevistadas aqui apresentadas evidenciam uma compreensão do mercado e seus interesses por lucro, independentemente da mercadoria à venda. Ao mesmo tempo referem-se às mercadorias em termos dos benefícios que trazem para seus cabelos e pele. Mas esse paradoxo, pelos sentidos das falas, não é visto como algo a evitar, na medida em que o consumo desses cosméticos afro é também conscientemente, do interesse delas para ressaltar a beleza negra, por sua vez, em se tratando dos cabelos, uma expressão de resistência das mulheres negras, conforme exposto ao longo desta dissertação.

A respeito dessa mesma temática (o desenvolvimento dos cosméticos seria uma valorização da população negra ou uma manobra do mercado). As três donas do salão expressaram:

Aba:

“Eu acredito que é mais uma manobra pra alavancar as vendas, porque não tão preocupados com isso, tão preocupados em vender. Inclusive tem muitos produtos que servem mais pra gente que tem o cabelo afro, o mesmo produto subiu mais de preço, porque a gente usa mais”.

Bashira:

“Eu acho que é um nicho de mercado, que agora está se evidenciando devido ao empoderamento da mulher, devido a questão da valorização da cultura negra e através de muitos eventos, ações que realmente esses grupos fazem, para valorizar essa cultura e se procura muito mais deixar realmente em evidencia o negro. Então a empresa cosmética pega isso como gancho e vamos produzir

produtos específicos para atender essa gama da população que hoje em dia não é tão mais carente como antes”.

Dayo:

“Acredito que o mercado nota que a população negra está se aceitando mais e também com maior poder financeiro, daí que ele não vai querer perder esse público, que é muito grande”

Em seus discursos, as 3 mulheres donas de salão afro revelam que o mercado se deu conta que a população negra, agora tem um poder aquisitivo maior, que é um público que consome e consome muito, sendo mais um nicho de mercado que tem dado muito lucro, logo criam estratégias para inserir a população negra no mundo do consumo, neste caso no consumo de cosméticos afro”.

Perguntadas também sobre **o que as leva a escolher seus cosméticos afro**

Halima, Ife, Jalia, Hanna assim se expressam:

Halima:

“O preço e como ele [o produto] fica no cabelo, com o volume um pouco mais reduzido e mais cacheado”.

Ife:

Eu leio né, o que ele vai definir no meu cabelo, eu [gosto de volume mas não gosto de frizz, fico lendo os rótulos, se define cachos, volume...essas coisas”.

Jalia:

[escolho por]“Indicação das amigas que já usaram e que deu certo. *Ah!!! tô de cacho é uma marca maravilhosa*, porque ela veio, além de criar o afro né, a marca afro, ela criou os tipos de cabelo. Então é ótimo”.

Hanna:

“É (..) é aquela coisa se não colocar ele [o produto] também não fica tão do jeito que eu gosto, então, eu procuro um creme que não deixe meu cabelo tão diferente do que ele é, tá entendendo? Eu acho que é o principal”.

Percebe-se nas falas das entrevistadas que os motivos principais para a escolha dos cosméticos afro são: o preço, definição dos cachos, volume, indicação de amigas (o que dá mais segurança na hora da compra, é uma forma de garantia do produto que vai dar certo no seu cabelo) e, ainda, que o cosmético afro respeite a estrutura do cabelo, ou seja, que ele não tente mudar a natureza do cabelo, especialmente a do cabelo crespo.

Quanto ao **por que consomem cosméticos afro?** as falas das entrevistadas Halima, Ife, Dara, Ona, Jalia e Mali dizem que:

Halima:

“Porque ele deixa o cabelo mais cacheado, ele dá uma definição melhor”.

O que para Halima quer dizer, respeitar a estrutura do cabelo dela, coisa que os cosméticos não específicos, não proporcionam.

Ife:

“Consumo pra deixar meu cabelo mais bonito, mais volumoso, eu adoro um cabelo com volume, quando chego num lugar que chamo atenção. Adoro isso”.

No seu discurso, Ife assume gostar de chamar a atenção, por seus cabelos belos, conseqüentemente, também ela. Nesse sentido, Ife reconhece a importância do cosmético afro para produzir e manter esses efeitos no cabelo e na beleza afro. Para ela é um fato o cosmético afro auxiliar no aumento do volume do cabelo, na visibilidade de mulheres negras, haja vista que o aumento do volume do cabelo é um marcador de identidade e de reconhecimento e até aceitação da negritude.

Dara usa cosméticos afro pelo seguinte motivo:

“Porque é o específico pra mim (risos) e eu tô me representando (risos).

O sentido da fala de Dara chama a atenção para o fato de quando ela usa um cosmético afro que é específico para seus cabelos e identificação racial, ela está envolvida em um ato de representatividade, de aceitação de sua negritude.

Ona diz:

“ [Os cosméticos afro] Foi feito, digamos assim, com mais certeza que o cabelo da gente vai ficar bom. Se eu comprar o de cacho ou um de pós-química pode fazer um efeito no meu cabelo, mas se eu comprar um pós-química 3A ou 3B ou crespo vai fazer um efeito melhor, porque meu cabelo não é cacheado, meu cabelo é crespo, então tem essa diferenciação de textura”.

Ona nos fala esclarecendo da importância de ter um produto específico para seu tipo de cabelo, um produto que dará um efeito melhor, principalmente em relação a ter um produto voltado para cabelos crespos, que até então eram rechaçados e invisibilizados pelo mercado de cosméticos.

Jalia:

“No meu caso (...) eu já usei vários outros tipos de creme, tipos [de] outras marcas como eu falei. E assim, o cabelo da gente como é crespo ele fica ressecado, ele fica sempre, entendeu? e como é o creme específico, ele meio que entende o que a gente precisa e fica perfeito o cabelo”.

Jalia atenta para o fato dos cremes específicos atenderem às suas necessidades, pois sendo seu cabelo crespo naturalmente ressecado, o creme específico entende o que o fio necessita, dando um ótimo resultado.

Mali revela:

“Consumo cosmético direcionado pra cabelo afro, porque é direcionado pra o meu cabelo, então tem um resultado melhor”.

Mali afirma que consome cosméticos afro pelo fato de serem produtos específicos para seu tipo de cabelo afro, o que ajuda no resultado almejado, um resultado melhor para seu cabelo.

Quanto **ao que acham das propagandas de cosméticos afro** as entrevistadas Halima, Ife, Dara, Ona e Kinah dizem:

Halima:

“Eu acho que ainda é fraca, se for comparar com os cosméticos dos povos brancos. Eu acho que ainda é fraco a propaganda, acho que não é tão visível quanto a gente vê na televisão. Essa linha mesmo que eu faço uso, eu vejo mais propaganda no facebook, na internet, mas na televisão não é tão presente ainda”.

A fala de Halima nos remete aos espaços de poder que são limitados para os assuntos de negras e negros, o que se reflete, no sentido de sua fala, até na propaganda dos cosméticos afro, diferentemente dos que se destinam à população branca, que só pelo fato de ser para ela, tem mais facilidade de adentrar em espaços como a mídia, ficando o da população negra relegado aos espaços do mundo doméstico e subalternizado.

A fala de Ife, diferentemente das outras entrevistadas, é direta ao referir-se à propaganda, aqui subentendida como das embalagens dos produtos afro, a qual é afirmada como enganosa:

“São meio enganosas. Elas mostram ali que vai deixar aquele cabelo... como se tivesse feito babyliss, o que também isso já não é natural. É meio enganosa e algumas mulheres vão comprar naquele intuito de ter aquele cabelo da propaganda, só que não vai ter, porque o fio do cabelo não é o mesmo da modelo. Sei lá, esse tipo de coisa... enganosa”.

Ife relata as dificuldades diárias vividas pelas mulheres negras, que muitas vezes consomem determinados cosméticos afro por meio da influência das propagandas, mas que nas poucas propagandas de cosméticos aos quais vêm-se contempladas, percebem que a estrutura do cabelo das modelos que são usadas nessas propagandas não reflete a realidade da estrutura dos cabelos da maioria das mulheres negras das camadas mais pobres, com menores recursos para o tratamento de seus cabelos crespos e cacheados. Ou seja, muitas dessas propagandas ainda que sejam de cosméticos afro, procuram usar uma modelo negra que se aproxime mais do padrão branco/europeu, principalmente no que diz respeito ao cabelo, que preferencialmente deve ser o mais próximo do fio liso.

O sentido da fala de Dara valoriza o cabelo crespo e cacheado:

“Eu acho que ajuda na reafirmação da identidade negra, mas ainda são poucas. (..) A gente não vê tanto como as propagandas de pessoas brancas. Mas é um avanço na afirmação da identidade”.

Dara entende a presença de pessoas negras em propagandas de cosméticos como um avanço, se comparado com anos anteriores. Pode-se dizer que parte do aumento da participação de negros/as nos espaços como a mídia, deve-se por conta da luta de movimentos sociais, como o movimento negro, que tem enfatizado a importância da representatividade no processo de empoderamento de homens e mulheres negros/as.

Ona:

“Eu gosto... eu gosto, eu gosto de ver pessoas negras na televisão. Eu gosto de ver a valorização. Assim... por mais que seja valorização, tá o lucro do comércio, mas querendo ou não é uma propaganda, é uma visibilidade maior pra quem é negro”.

O discurso de Ona assume um tom positivo e crítico da visibilidade e valorização das pessoas negras, visibilizadas e reconhecidas no mercado, mesmo percebendo que no meio dessa *valorização está o lucro*. Mas ela *gosta de ver pessoas negras, visibilizadas na televisão* e fica atenta para a importância dessa visibilidade e representatividade da população negra nos espaços de maior popularidade e impacto, como a televisão, como é o caso das cotas raciais na mídia, as que permitem inserir uma maior quantidade de negros/as em tais espaços. E a própria mídia faz uso dessa parcela da população quando explora nichos de mercado para alavancar suas vendas.

O discurso de Kinah aparece com toques ideológicos diferentes das outras entrevistadas a respeito de chamar as pessoas de negras/negros:

“Eu acho um pouco de exagero, porque sempre quando eu vou comprar tem lá escrito, apropriado para cores negras... apropriado para pessoas negras... aí pesa um pouco né? (risos)... Eu acho que a palavra negra é muito forte, assim, pesa só pela palavra, mas não me incomoda”.

A fala de Kinah mostra a contradição envolvida no processo de construção e aceitação da identidade racial, haja vista que ela entende o fato de um cosmético ser identificado para pessoas negras, (quando na realidade os cosméticos informam para cabelos afro, cabelos cacheados, cabelos crespos) como uma forma de preconceito, sendo que o fato de haver um produto específico, mesmo que seja um novo nicho de mercado, não deixa de ser uma conquista, pois agora homens e mulheres negras têm um produto que compreende as necessidades da estrutura de seu cabelo e da beleza do mesmo, seja ele crespo ou cacheado. Mais ainda, para ela o fato de usar a palavra negra, ela sente como algo forte e ofensivo, mas trata logo de informar que não se importa com isso. O que não parece ser, pois ao longo do discurso ela se mostrou resistente com o termo negro/a.

A respeito dessa temática (o que acham das propagandas de cosméticos afro) as donas de salão afro responderam:

Aba:

“Eu acho interessante, quando ela é séria e verdadeira né, por que tem muita coisa que eles colocam até química dentro, fingindo que não é, e não é um cabelo natural, é um cabelo com química só pra relaxar o cacho que não é interessante”.

Bashira:

“Eu acho que existem algumas de muito apelo, outras informativas, para realmente atrair esse público. É relativo né. Existem várias porque está crescendo

muito essa área e a tendência é crescer mais ainda, mas eu acho que é relativo na questão da divulgação da propaganda eu acho que deveria ser mais, até mesmo mais explícito, mais focado tb, porque apesar de ter muitos meios de comunicação que está se fazendo muita divulgação, ainda tem pessoas que não são bem informadas, eu acho que no mercado eles deveriam massificar essa divulgação”.

Dayo:

“Acho que ainda são poucas (as propagandas), mas acredito que as poucas que têm de qualquer forma ajudam para as pessoas terem referência. É bom ver mulheres negras na televisão”.

No sentido de suas falas as donas de salões afro revelam que é importante ter propagandas voltadas para a população negra, pois servem como referência, mas entendem que as propagandas ainda têm muito a melhorar para atingir o público negro, haja vista, que muitas delas ainda não conseguem compreender as reais necessidades da população negra.

Quando questionadas **se a propaganda as influenciava na escolha de seus cosméticos afro**, as entrevistadas Ife, Dara, Ona, Imani e Jalia responderam:

Ife foi enfática:

“Sim. Eu recentemente vi uma propaganda de uma determinada tintura de cabelo, que dizia que memorizava os cachos, aí eu inventei de comprar, segui cinco passos que tem no manual (risos), depois de uma saga toda, num chegou no que eu esperava, mas comprei por causa da propaganda, que mostrava que fazia tal coisa e num cumpriu”.

Ife nos revela o poder que a propaganda tem de influenciar, ela ou qualquer outro/a na escolha dos cosméticos afro, enfatizando que muitas dessas propagandas prometem algo e não cumprem. Isso nos faz lembrar do comprometimento ético das empresas para com consumidores/as e ao mesmo tempo da efetivação do Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária (CONAR) frente a zelar pela liberdade de expressão comercial e defender os interesses das partes envolvidas no mercado publicitário, inclusive os do consumidor.

Dara:

“Bastante, bastante [é influenciada pela mídia]. Porque a propaganda influencia em vários âmbitos na verdade, e quando uma pessoa se vê, se vê ali né, naquela propaganda, eu acho que ela se sente mais influenciada a comprar aquele tipo, porque ela tá se vendo naquela propaganda”.

Em seu discurso, Dara desvela o poder da propaganda em influenciar todas as áreas visando o consumo. Na sua fala o poder da propaganda consiste em fazer a pessoa sentir-se, ver-se representada no objeto da propaganda, ver-se nela, o que auxilia no processo de escolha, posto que se tem a certeza daquele determinado produto ter um bom resultado, pois foi elaborado pensando em suas necessidades.

Segundo Ona:

“Tem, tem muita e influencia em tudo. Se eu sou negra e assistindo televisão passa uma menina do meu tom de pele e ela tem o cabelo mais parecido com o meu e aí ela tá usando aquele creme, mostra aquela definição como ficou, é claro que eu vou comprar, pra fazer: meu cabelo vai ficar igual o dela... vou lá e faço” (risos).

Em sua fala Ona nos diz um pouco sobre a importância de ter referências negras nas propagandas, para auxiliar na decisão de compra do cosmético afro, haja vista que a partir disso, ela sente mais segurança na escolha, pois a mensagem do produto é passada por alguém que se aproxima de seus traços, o que daria maior garantia de um bom resultado.

Imani:

“Influencia. Porque as pessoas realmente um pouco se deixam levar. Então qualquer coisa que se vende as pessoas compram”.

Imani entende que os/as consumidores/as são vulneráveis em relação às propagandas, ou seja, que as pessoas são o lado mais fraco nesse mercado de consumo, onde o que mais importa é vender. As pessoas se deixam levar nesse mundo da publicidade, da linguagem da sedução, lembrando o que disse a professora emérita da UFPE Nelly de Carvalho⁴¹, autora do livro *Publicidade A Linguagem da Sedução*.

Jalia revela:

“Sim, sim. Porque se você vê, gera curiosidade. E assim, eu tenho vários no meu guarda-roupa. Vários cremes, vários xampus, que eu comprei, usei e não deu certo. Comprei pela propaganda”.

Como as entrevistadas anteriores, Jalia afirma a influência da propaganda na decisão de compra.

A respeito dessa temática (se a propaganda influencia na escolha de cosméticos afro) as donas de salão relataram:

Aba:

“Influencia bastante, porque as pessoas vão pela promessa, pela embalagem e muitas vezes não é verdade”.

Bashira:

“Tem sim, com certeza. Eu acho que qualquer propaganda influencia. Eu acho que é a alma do negócio”.

Dayo:

“Acredito que influencia muito, pois as pessoas compram a partir de indicações, de referências como eu já falei da tv”.

⁴¹ Para maiores informações consultar o lattes da professora:
<http://buscatextual.cnpq.br/buscatextual/visualizacv.do?id=K4783065D0>

As três donas de salões de beleza acreditam que a propaganda exerce uma forte influência em todos os setores, principalmente na escolha de cosméticos afro. No sentido da fala a propaganda servirá como uma referência, logo, é importante que mais pessoas negras estejam presentes nesses setores e nas propagandas.

Ao serem perguntadas **quanto costumavam gastar com cosméticos afro** as entrevistadas informaram:

Halima:

“Mensalmente em média R\$60,00”

Ife:

“Hum... deixa eu fazer aqui uma continha básica... vamos dizer assim... em média R\$50, R\$60 mas tem meses também que eu nem compro nada, que eu já uso o que já tinha do mês passado”.

Dara:

“Eu acho que uns R\$50,00 assim no máximo”.

Ona:

“Minha mãe me mata todo mês (risos)... tem mês que acaba tudo, aí tem que comprar tudo de novo, é muito dinheiro... é pra lá de R\$100,00”...

Farisa:

“R\$30,00... R\$35,00”.

Imani:

“Quando eu to de trança eu só gasto mais com xampu, quando eu to de cabelo crespo... eu usando creme assim... eu acho que é um por semana. É mais ou menos uns R\$100,00”.

Jalia:

... “No meu cabelo eu acho que no máximo uns R\$100,00 a cada dois meses, incluindo óleo, xampus e tal”.

Hanna:

“Uns R\$30,00, R\$40,00”.

Mali:

“Em torno de R\$50,00”.

Kinah:

“... Eu acho que com creme pra cabelo uns R\$100,00”.

Nala:

“Uns R\$60,00”.

Kalifa:

“Acredito que com óleo e creme uns 50,00”.

As falas das entrevistadas mostram que elas costumam gastar mensalmente com cosméticos afro entre R\$30,00 e R\$100,00 sendo que em algumas situações pontuais, como o consumo é compartilhado com a família, o valor desse consumo oscila para mais ou para menos.

Perguntou-se a três donas de salões afro **os motivos que as levaram a montar um salão de beleza afro?** Elas responderam da seguinte maneira:

Aba:

“No meu caso é porque antes eu já trabalhava com cabelos com química e depois que eu há quatro anos atrás parei de usar química, me desmotivou a trabalhar com química, uma coisa que eu não gosto, que eu não acredito. Eu me sinto muito bem em trazer mulheres para se aceitar e assumir sua identidade”.

Bashira:

“Pela dificuldade que eu tinha de arrumar o meu próprio cabelo, eu senti essa necessidade de fazer o curso, de ter conhecimento, porque eu não tinha condições financeiras de pagar e eu queria me sentir bem, e andar arrumada e então por isso eu procurei fazer o curso e me especializei e comecei a gostar mesmo quando eu comecei a fazer o curso e a trabalhar com cabelo crespo pela minha necessidade”.

Dayo:

“Eu como mulher negra sentia uma necessidade muito grande de ir para um salão onde eu fosse tratada por igual e que ninguém fosse fazer algo para tirar meus cachos, pois antigamente passávamos por isso, de ir para um salão e ouvir todos dizendo que era melhor alisar. Daí junto com minha sócia que também é uma mulher negra e forte abrimos um salão para cuidar de todas as mulheres que se sentiam esquecidas, excluídas. Mas te confesso que no começo foi bem difícil conquistar o público negro, sempre ficavam com receio, mas hoje em dia, graças às forças que recebemos umas das outras, conquistamos um público muito alto de mulheres e homens negros”.

Nas falas das 3 donas de salão, assume-se a identidade de mulheres negras, cabeleireiras que alisavam seus cabelos e das outras, induzidas pelo preconceito, até que reagiram a ele e abriram um salão afro.

É muito presente que o empreendimento surgiu da necessidade de cuidar-se, haja vista que em tempos passados as mulheres negras não tinham ambientes específicos, para cuidarem de sua beleza e por esse motivo, muitas delas tinham que se render ao padrão imposto pela sociedade, ou seja, tinham que alisar seus cabelos, descaracterizando-se. Elas observaram a partir de sua própria necessidade, uma oportunidade de transformar isso em uma fonte de renda e auxiliando no processo de empoderamento tanto psicológico quanto financeiro.

As três empreendedoras responderam sobre **o que tem motivado nos últimos anos a procura de salões de beleza afro pelas mulheres negras?**

Responderam da seguinte maneira:

Aba:

“O que tem motivado é que as mulheres sentem mais segurança pra receber orientações de como lidar com seu cabelo, porque muitas mulheres não sabem como lidar com seu cabelo, como pentear, como dormir, como sair, como fazer penteados... elas vão acrescentando, vão aprendendo e enriquecendo seu conhecimento”.

Bashira:

“Eu acho que é o empoderamento da mulher, que agora ta bem mais viva e a mulher ta se sentindo mais livre, com mais liberdade de usar o cabelo crespo”.

Dayo:

“90% de nossas clientes são negras, acho que é um número que faz crescer, porque agora as mulheres negras querem assumir sua identidade e também têm onde se cuidar”.

No sentido do discurso das três empreendedoras de salões afro, captam-se visões diferentes (formações ideológicas) frente à procura por esses salões afro, em um momento em que mulheres negras assumem sua negritude, seus cabelos crespos e cacheados, reconhecendo a beleza dos mesmos.

Enquanto o sentido das falas de Bashira e Dayo refere-se a que essas mulheres estão assumindo sua identidade, a negritude e valorização da mesma, e nesse processo empoderando-se, Aba simplifica este processo a uma experiência ou vivência na segurança para receber orientações de como lidar com seu cabelo, aparecendo no discurso o local do salão como um espaço comercial, enquanto que no discurso de Bashira e Dayo, o salão ganha um outro significado: lugar de luta e resistência.

Ao serem perguntadas **se tinham o hábito de frequentar salões de beleza afro e o por quê?** As entrevistadas consumidoras de cosméticos afro responderam:

Halima:

“Eu fui enganada na verdade (risos). Eu fui pra tirar foto da minha formatura e eu botei na minha cabeça que eu queria meu cabelo cacheado e todas as meninas do meu grupo tinham o cabelo liso. Eu disse não, eu vou com meu cabelo cacheado. Aí fui nesse salão, perguntei pra ela se ela fazia o cabelo afro e tal... quando eu fui fazer, ela não fez nada no meu cabelo, além de dar uma lavagem e ainda passou um produto que ele ficou liso. Eu queria um permanente afro, aí o primeiro processo é de relaxar a raiz, aí depois coloca uns negócios... enfim. Ela só fez o primeiro processo. Eu vim com o cabelo assim ó... (esticou as mão para baixo). Aí eu vim pra casa e usei o produto que eu uso da Salon Line pra ativar os cachos e foi que melhorou. Não tinha nada de afro”.

Essa fala demonstra que o empreendimento frequentado por Halima utiliza o termo afro apenas como mercadoria, não como um marcador de identidade, utilizando muitas vezes procedimentos que estão mais próximos do ideal de beleza branca/europeia do que dando ênfase na beleza negra.

Ife:

“Não. Não tenho. Eu procuro muito, mas nunca encontro um salão que me agrade, eu só vou a salão mesmo pra cortar o cabelo que é pra definir mais os cachos, mas raramente... vamos dizer se eu vou no salão é uma vez no ano, depois eu mesma corto em casa”.

Ife em sua fala demonstra a dificuldade de encontrar um salão afro, comprometido em realçar a beleza negra, fazendo com que ela só procure o salão para pequenas intervenções anualmente, como é o caso do corte. Isso nos faz pensar como os “salões afro” ainda estão vivenciando seu próprio processo de demarcação identitária.

Halima e Ife desvelam o que corre também com a moda dos salões afro apenas no nome, pois o tratamento do cabelo e os cuidados com ele, como tal não é feito.

Imani:

“Não. Tem uma menina que faz meu cabelo em casa, que é da minha família, então... eu não vou muito em salão não”.

Imani informa que não tem o hábito de frequentar salões afro pelo fato de ter alguém da família que cuida de seu cabelo, deixando subentendido que prefere delegar os cuidados de seu cabelo a alguém de sua confiança, ou seja, como o processo de cuidar do cabelo é algo de muita importância que deve ser executado por uma pessoa de confiança.

Mali:

“Não. Porque eu não tenho contato na verdade. Depois que eu tirei a química toda do meu cabelo, eu costumo cuidar dele em casa mesmo, cortar e tal”...

A fala de Mali nos leva a pensar que os meios de divulgação dos salões de beleza afro não são muito eficazes, posto que mesmo sendo Mali uma mulher negra que utiliza cosméticos afro, ela desconhece salões de beleza afro, que seria um ambiente específico para ela realçar sua beleza.

Kinah:

“Não. Porque desde a última vez quando eu usava um produto de progressiva eu passei uns dois anos com trança pra poder cortar, depois que eu tirei as tranças cortei bem baixinho, fiz o big shop e ta até agora. Eu sou vou mesmo pra pintar, num salão que é pra cabelo afro”.

Em sua fala, Kinah nos diz que o único procedimento que utiliza em salões de beleza afro é para pintar o cabelo, haja vista que como ela realizou o grande corte (procedimento que retira toda química do cabelo) não senti necessidade de fazer qualquer tipo de intervenção capilar.

As falas dessas entrevistadas mostram que muitas não sentem a necessidade de procurar um salão afro, porque possuem um familiar que cuida de seus cabelos, ou

porque só realizam o corte para definir ou ainda, porque não conhecem salões afro que elas confiêm.

Ao serem perguntadas **se o consumo de cosméticos afro para a população negra contribui para a afirmação de sua identidade negra e o porquê?** as entrevistadas Halima, Ife, Farisa e Hanna responderam da seguinte maneira:

Halima:

“Acredito que sim [contribui]. Quando você chega lá [no salão] e pede um produto para negros, acho que você tá se aceitando”.

Halima associa a escolha por um produto afro como parte de um processo de autoaceitação, haja vista que ela teria outras opções, mas escolheu exatamente o afro, logo, ela está afirmando sua negritude.

Ife:

“Contribui. Estão se aceitando mais né? Eu observo nas ruas por aí, você via todo mundo com aquele cabelo, sei lá com chapinha, escova e hoje não. Hoje é comum você vê as meninas com aquele black, se aceitando, não têm vergonha do cabelo, bota um acessório, uma flor, uma faixa. Todo mundo tá se aceitando mais hoje em dia né”.

Ife compreende o uso dos cosméticos afro pela população como um avanço em relação a aceitar a própria identidade, comparando o momento anterior (a negação do cabelo crespo e cacheado, pelo alisamento, pela chapinha) ao momento atual, haja vista que antes, as mulheres negras viviam no ideal de embranquecimento (imposto pela mídia e pelas outras esferas de poder), ou seja, fazendo o possível para se enquadrarem em um ideal de beleza imposto.

Ao contrário dos dias de hoje, muitas mulheres negras fazem questão de assumir sua identidade, principalmente por meio do cabelo, que se torna não só um elemento de beleza, mas um elemento político, principalmente com o uso do black power, ao afirmar seu lugar na sociedade.

Farisa:

“Eu acho que contribui, contribui bastante pra a sociedade, pra gente que é negro, pra população negra... contribui. Porque é como eu já te disse né, é uma referência que a gente tem. Se uma amiga minha que é negra usa esse tipo de creme, ela me dá esse tipo de creme como referência e a gente usa isso como referência pra se espalhar mesmo... e a gente usar e ficar bonita mesmo e botar o cabelo lá pra cima”...

Farisa relaciona o uso de cosméticos afro a referências passadas para ela por meio de pessoas próximas, como a amiga. Afirmando ainda que o uso do cosmético afro seria uma forma de mostrar que está ali, de realçar sua beleza e de usar seu black power.

Hanna:

“Sim. Eu acho que tem pessoas que sentem a necessidade né, de usar tais produtos ou um creme que deixe seu cabelo da forma que ele gosta... Porque, por exemplo, eu antes quando realmente não tinha assumido o meu, eu ficava com vergonha, porque eu achava que meu cacho ele só tinha que ser baixinho, tá entendendo? Aquela coisa pra baixo assim... quando ele ficava mais alto eu pensava, não pode. Aí depois que eu fui vendo as meninas tratando mais seus cabelos... os cabelos afro né. Aí eu fui vendo que ele podia ser assim do jeito que ele é, pra cima, meio assanhado, o vento batia e eu não tava nem aí... eu acho que os cosméticos também ajudam”.

Hanna entende que o fato de usar um cosmético afro a ajudou no processo de aceitação de sua identidade, pois antes ela tentava fazer com que seu cabelo se aproximasse ao máximo do padrão branco, ou seja, um cabelo liso, sem volume e que não ficasse assanhado e depois com o uso do cosmético afro, aliado a outras referências que ela via na rua, percebeu que seu cabelo poderia ser do jeito que é: com volume e meio assanhado.

A respeito dessa temática (se o consumo de cosméticos afro pela população negra contribui para a afirmação da identidade negra) as donas de salão afro responderam:

Aba:

“Eu acredito que sim, ajuda bastante, porque elas se identificam mais com esse tipo de produto e sentem mais segurança”.

Bashira:

“Sim, com certeza. Eu acho que devido a toda essa informação que tem hoje em dia na mídia, nas lojas, apesar que eu acho que deveria ter muito mais eventos pra realmente... ainda se encontra muita gente com preconceito, então eu acho que deveria massificar muito mais. Acho que falta ainda, até mesmo os negros se manifestarem mais, e até mesmo eles se aceitarem mais na sociedade”.

Dayo:

“Sim e muito, pois agora principalmente as mulheres negras têm como cuidar de seu cabelo, de sua pele com produtos que foram feitos pensados para a gente, como são específicos o resultado é bem melhor”.

Em suas falas Aba, Bashira e Dayo revelam que o consumo de cosméticos específicos, ajudam no processo de aceitação da própria identidade negra, pois esses cosméticos auxiliam no cuidado da beleza negra dos cabelos crespos e cacheados, da pele, que merecem cuidados específicos, pois antes precisavam fazer uso de produtos que eram voltados para a população branca, com cabelos e peles diferentes.

Questionadas sobre se **o aumento de mulheres negras na mídia contribui para a população negra assumir sua identidade negra e o por quê?** Aba, Bashira e Dayo relataram:

Aba:

“Eu acredito que sim, porque as mulheres vêm mulheres artistas e muita gente se influencia”.

Bashira:

“Com certeza. Hoje em dia a gente vê em novelas, a mídia tá buscando muito isso né e eu agradeço muito por isso (risos), porque é uma forma de divulgar, de incentivar as pessoas a deixarem seu cabelo crespo, a mudarem, a também se aceitar, porque o ser humano vai muito pelos outros, então no momento que se vê na mídia muitas negras nas novelas, nos programas e até mesmo quando a gente vê nos eventos, inclusive até nossa miss Brasil é negra, isso valoriza mais ainda nossa raça, nossa etnia e deixa as mulheres muito mais instigadas a se valoriza e se aceitar mais”.

Dayo:

“Com certeza. Quando mulheres negras vêem outras mulheres negras na televisão, nos espaços que geralmente não se têm muitas pessoas negras, isso é muito positivo, as pessoas se reconhecem e passam a querer está naquele espaço também e se essas referencias assumem sua identidade negra isso é mais positivo ainda, acho que é isso”.

Em suas falas Aba, Bashira e Dayo revelam a importância de se ter mais mulheres negras em espaços como a mídia, pois isso auxilia no reconhecimento, aceitação e valorização da própria identidade negra, pois a partir dessas referências da mídia muitas mulheres negras passam a querer usar seu cabelo natural ou aproximar-se do natural, auxiliando na aceitação da raça negra.

Ao serem questionadas se **a prática de consumo dos cosméticos afro contribui para o status entre as mulheres negras e o por quê?** as entrevistadas Farisa, Imani, Hanna e Mali responderam o seguinte:

Farisa:

“Não. Eu acho que não, lógico que não. Porque a mulher negra ela não precisa de cosmético pra se achar mulher negra. A gente é negra e pronto e acabou-se”.

Farisa não vê relação alguma entre o uso de cosmético afro e status entre as próprias mulheres negras, pois para ela se uma mulher negra precisa de um cosmético afro para se afirmar isso já seria um ponto para questionar sua aceitação em relação à própria negritude.

Imani:

“Não. Porque eu acho que cada um tem sua aceitação, então não vai contribuir muito. É feito eu te falei, é uma situação de marketing. Tem pessoas que usam porque tá vendendo, mas não porque elas tão se aceitando”.

Imani entende o processo de aceitação e status como algo que parte da própria pessoa, não por meio do uso de cosméticos afro. Ela acredita que muitas pessoas que pensam estar se aceitando na realidade estão sendo induzidas pelo marketing.

Hanna:

“Contribui né? Tem muitas meninas também, não sei se é em geral, que utilizam do cabelo pra querer ser até melhor que alguém né? Como o povo diz que é uma moda, e não é uma moda, que tá na moda, que seu cabelo tá na moda e aí você

vê até meninas negras achando que o cabelo dela seja até melhor que o da outra que é liso... tem todo esse negócio né e não era pra ser. Infelizmente existe isso”.

Hanna entende que o cabelo é um elemento essencial de marcação de diferença e status, principalmente em relação a esse novo momento que a população negra está passando, de valorização de sua negritude, de seu cabelo afro, crespo, onde, quanto mais o cabelo for volumoso, armado, melhor, pois é uma forma de se destacar das demais pessoas, das demais mulheres, inclusive das mulheres brancas.

Mali:

“Eu acredito que sim. Tô falando bem no campo da hipótese, mas eu acredito que deve ter as marcas mais famosas para cabelo afro e tal e aí deve gerar uma preferência, que de fato vai contribuir pra criar um status por meio daquele certo produto”.

Mali acredita que devido o uso de determinadas marcas que sejam mais caras, mais famosas que outras, possa haver um status, uma competição entre as mulheres que não tenham as mesmas condições de usar as marcas famosas. Demonstrando como o poder de compra é um diferencial na sociedade capitalista de consumo.

A respeito dessa mesma temática (se a prática de cosméticos afro contribui para ao status entre as mulheres negras) Aba, Bashira e Dayo, donas de salão afro revelaram o seguinte:

Aba:

“Acredito que não. Acho que não tem nada a ver, elas querem mais os benefícios pro cabelo”.

Bashira:

“Acho que de certa forma isso já existe, porque você sabe que existe várias faixas etárias de pessoas, então cada uma vai buscar dentro de suas condições um produto específico pra ela. Então digamos, aqui no meu salão eu tenho alguns produtos que eu posso indicar pra uma pessoa que tem um poder aquisitivo maior e também eu tenho produtos que eu posso indicar para pessoas que têm um poder aquisitivo menor. Então entre elas com certeza há uma valorização nisso. Quem usa o produto que tem um efeito, que dá um resultado, geralmente é um pouquinho mais caro, porque você sabe que a qualidade não é tão barato. Então isso faz com que a mulher possa também transmitir isso pra as outras”.

Dayo:

“Acredito que sim, porque são produtos específicos para as mulheres negras, mas que têm preços diferenciados. Há produtos com preços bem acessíveis e há produtos com preços bem altos. Então dependendo da faixa do produto que a mulher usar, ela pode sim se sentir com um status maior que as outras”.

As 3 donas de salões afro entrevistadas entendem que o fato de haverem faixas de produtos diferenciados, pode provocar entre as mulheres negras um status, pois a exemplo, as mulheres negras da classe trabalhadora que estão inseridas nos postos de trabalho menos remunerados, podem ter um menor poder aquisitivo, logo, podem consumir produtos de menor valor, já as mulheres negras que estão inseridas nos postos de trabalho melhor remunerados, poderiam consumir os cosméticos afro de maior valor, o que pode gerar diferenças no modo de se ver entre as mulheres”.

Ao serem perguntadas sobre **o que representa sua pele e seu cabelo?**

Halima:

“Hoje pra mim, minha pele e meu cabelo representam quem eu sou... quem eu sou pra mim e depois de mim pra o outro também, quem eu vou mostrar ser. Porque antes eu tinha pele de negra, cabelo de negra e queria viver como branca e mostrar para a sociedade que eu era branca. De jeito nenhum eu marcava no senso da escola que eu era negra, preta... não! Aí todo mundo ficava mangando né? Hoje não, hoje eu sou negra, me afirmo como negra e gosto do meu cabelo e da minha pele como negra”.

Halima relaciona sua pele e seu cabelo à imagem que ela projeta para o outro e para si mesma. Ela enfatiza a alienação que vivia envolvida em relação a sua própria identidade negra, pois antes de aceitar-se fazia de tudo para embranquecer-se. Muito disso pelo fato de perceber que em nossa sociedade brancos costumam ter privilégios só pelo fato de serem brancos e percebendo ela que são as mulheres negras que estão na base da pirâmide social, queria fazer com que sua imagem se aproximasse da branca.

Ao mesmo tempo que ela tentava assumir os traços de pessoas brancas, o próprio meio que ela vivia fazia muitas críticas, pois ficava nítido que sua aparência não era natural. Hoje com o auxílio dos cosméticos afro ela assume sua negritude e se sente muito bem com ela.

Ife:

“Beleza, eu acho. Como eu já disse antes, eu acho a mulher negra linda. E eu gosto quando eu olho no espelho, eu vejo meu cabelo, minha pele”...

Ife relaciona a representação de sua pele e seu cabelo à beleza. Afirmando que gosta do resultado do que vê ao olhar-se no espelho. Fato muito diferente de antigamente, ao qual as mulheres negras tentavam esconder ao máximo sua beleza natural e viviam tentando aproximar-se do ideal de beleza branca.

Dara:

“A minha pele e o meu cabelo representam a minha força, a vontade que eu tenho de escurecer os espaços (risos)... representam a minha mãe”... (risos).

Para Dara, a sua pele e cabelo estão relacionados aos seus antepassados, à luta que eles vivenciaram (vale lembrar da luta dos direitos civis). Por conta dessas lutas/resistências que vêm de antes, ela sente a necessidade de ocupar os espaços historicamente privilegiados.

Farisa:

“Meu modo de viver, meu modo de viver. Eu sou negra do cabelo até o pé. É um modo de vida, com certeza”.

Farisa percebe seu cabelo e sua pele como um modo de viver, como uma afirmação de sua identidade.

Hanna:

“Representa a história, a história do Brasil sabe... representa a luta que até hoje ainda tem em relação aos negros, todo o preconceito”.

Hanna relaciona seu cabelo e sua pele à dinâmica de construção da própria história de negros/as no Brasil, a luta, ao modo de resistir ao longo do tempo, principalmente em relação ao estigma que é associado ao negro.

Quando perguntadas se para elas **o fato de homens e mulheres negras consumirem cosméticos afro significaria uma postura política e o por quê?**

Ife:

“É, em alguns casos sim... porque se existem coisas específicas para o branco, porque não ter pro negro né. E agora que criaram vamo usar né. Quando eu compro determinado produto específico para negro, eu quero que vejam assumir aquilo, eu sou negra, me aceitem... é isso. Eu quero assumir isso, que eu sou negra e tenho direito usar, de realçar a minha beleza negra”.

Ife acredita que pelo fato de escolher determinado cosmético afro específico para negros, ela está afirmando sua negritude, ela quer ser vista, respeitada e quer realçar sua beleza negra.

Dara:

“Sim. Identifica uma postura política ao mesmo tempo que eu posso frequentar espaços que são ditos de pessoas brancas que sempre estiveram... aí eu vou chegar naquele espaço com meu black, com meu cabelo pra cima e as vezes a pessoa não vai considerar que eu possa estar ali, vai chegar e dizer a mim: olhe, faça isso lá atrás e tal, mas eu vou dizer não, nada disso, eu tô aqui, meu lugar é aqui, eu tô me reafirmando assim”.

Dara entende o fato de passar a frequentar espaços que eram reconhecidos para brancos como uma conquista, principalmente por fazer uso de uma estética negra, como o cabelo black. Muito disso podemos dizer que foi por meio da luta do movimento negro, que proporcionou à população negra uma inserção de negros/as nos espaços historicamente privilegiados.

Imani:

“Eu acho que não. Não, eu não entendo como um ato político não. Por vontade mesmo, pelo lado político não. Porque as pessoas que usam o produto que vive passando na tv, ela não se aceita, tas entendendo”.

Imani contrariamente entende o fato de usar um cosmético afro em detrimento de outro (que não seja afro), apenas como uma simples escolha, um gosto e não um envolvimento com alguma causa maior, a exemplo da luta pela afirmação/aceitação da identidade negra.

Kinah:

“Não. Politicamente falando, eu não gosto de política, então quem já pensa nessa questão está sendo o que? muito democrático. Eu acho que a gente tem que ter uma visão ampla, pensar em tudo”.

Em sua fala, Kinah expressa o que ela e grande parte da população brasileira tem: aversão à política. Ignorando o fato de a política determinar os passos da história e de fazer parte da vida de cada um, cada uma.

Mali:

“Sim, sem dúvida. Porque é você utilizando aquilo que é feito para você, você girando um mercado que pode abrir portas pra n coisas, pra modelos, pra modelos negros trabalharem... um mercado de pesquisadores de cabelo afro, um mercado de pesquisadores de cosméticos, sei lá... um mercado direcionado pra pessoas negras”.

Mali entende o fato de escolher um produto que foi elaborado para pessoas negras como uma oportunidade de proporcionar a vivência em outros espaços, de inserir a população negra em espaços como os da moda, da pesquisa. Vale lembrar que ainda é muito pequeno o número de mulheres negras pesquisadoras.

A respeito dessa mesma temática (se o fato de homens e mulheres negras **consumirem cosméticos afro significa uma postura política? Por quê?**) as donas de salão afro relataram:

Aba:

“Acredito que não, porque eu acho que isso é de cada pessoa, é só um benefício para sua aparência, não acho que tenha a ver com política não”.

Bashira:

“Claro. Eu acho que o negro vai ta sempre valorizando o que cai melhor nele e com isso vai buscar e vai transmitir para outras pessoas, então vai haver realmente um posicionamento político nesse contexto. Eu acho que cada grupo se agrupa por suas características, então pode realmente acontecer”...

Dayo:

“Acho que sim, pois toda escolha significa um posicionamento, se eu escolho esse produto afro que é voltado para o público negro e não escolho o que não é afro, já estou tomando um posicionamento. Toda escolha é fruto de um posicionamento, de uma decisão. Eu escolho o produto afro, porque foi pensado em mim, em minhas diferenças, em minhas necessidades”.

Em suas falas as três donas de salão afro revelam que na divergência de escolher determinado produto em detrimento de outro fica implícito uma escolha e se há uma escolha há também um posicionamento, pois os grupos tendem a escolher o que melhor satisfazem suas necessidades.

À GUIA DA CONCLUSÃO

A questão racial sobre o negro no Brasil passa por uma série de fenômenos sociais e históricos. É sabido que após o fim da escravidão as anulações e opressões aos corpos de mulheres e homens negros continuaram e têm hoje formas de expressão muito enraizadas na cultura brasileira.

O cabelo é um dos principais elementos de afirmação de identidade da população negra e é, também, o símbolo representativo do desafio enfrentado pelos sujeitos num espaço em que ainda prevalecem os padrões de beleza europeus, brancos.

O ato de usar um cosmético específico para seu grupo racial nos leva a ver que negras e negros buscam não só uma mudança estética. Junto a isso, existe – consciente ou inconscientemente – a tentativa de recuperação de sua autoestima, além da construção e reafirmação de sua subjetividade e identidade negra frente a uma sociedade que historicamente as/os têm subjugado.

O cabelo como parte de um corpo social, pode ser abordado para melhor compreensão das relações entre as/os negro e a sociedade. Os cabelos são considerados em diversas culturas como elementos marcantes da construção da beleza feminina, além de fornecer informações sobre as características de cada indivíduo.

O fato de ser negro/a trás frustrações e desejos de tornar-se diferente, ou o mais parecido possível com o universo “branco”. Tais mudanças, principalmente nos cabelos, implicam certas ambiguidades: por um lado, há quem pense que o fato de alisar ou alongar o cabelo, é uma tentativa de aproximar-se do “ideal branco de beleza”, e por outro lado, essas mudanças podem ser simplesmente estéticas, para experimentar um novo visual.

Ter um cabelo mais "natural", portanto, se torna relevante na reprodução de uma linguagem simbólica de diferença em relação ao cabelo liso ocidental, assim como serve para deixá-lo em condições "iguais", se pensamos na hierarquização de cabelos "bons" ou "ruins".

A sociedade brasileira vem sofrendo muitas transformações em termos de classe, gênero e cor, uma consequência das lutas travadas pelos movimentos sociais, especialmente do movimento negro e se falarmos especificamente das mulheres, do feminismo negro que se desdobram na busca pela igualdade, pelos direitos individuais imersos no processo de democratização e promovidos através da elevação do nível de educação, bem como por meio do trabalho.

Por outro lado, para a população negra, em sua grande maioria pertencente às camadas mais precarizadas da classe trabalhadora, parece possível ultrapassar as barreiras sociais antes consideradas obstáculos intransponíveis. Na população negra, finalmente, um grupo de renda média está se tornando visível. Esse grupo se sente desconfortável com as construções tradicionais da identidade negra como um fenômeno da classe baixa e com a caracterização dos negros como indivíduos incapazes de consumir símbolos de status ou consumo de supérfluos.

Não é por acaso que, no Brasil, uma parcela crescente das queixas em relação à discriminação racial resulta da preocupação de negros/as com maior escolaridade e está relacionada ao consumo, normalmente de "supérfluos" ou de serviços de alta qualidade (Guimarães 1997). Tudo isto certamente cria novas condições para a cultura negra e sua mercantilização.

Em meio à lógica do capital, o mercado dos salões afro surge como alternativa, com maneiras variadas de comunicar a proposta de estética negra e o seu trabalho enquanto profissional de beleza. Ao longo dos anos, esses espaços transformam, alteram e substituem seus projetos por outros, devido às mudanças no campo da estética, das novas tendências da moda, do mercado de produtos afro e das transformações sofridas no campo das políticas de identidade.

Através da sua prática cotidiana, os salões afro tentam consciente e inconscientemente dar um sentido ou uma coerência a uma experiência identitária fragmentada vivida por negras/os. O contato com os salões afro leva a refletir que ser negra/negro no mundo está relacionado com uma dimensão estética, com um corpo, com uma aparência que pode ou não resgatar de forma positiva as nossas referências ancestrais africanas recriadas no Brasil. Isso precisa ser levado mais a sério quando investigamos a questão racial e o consumo.

O cabelo de negras/negros, objeto por meio do qual a filiação étnica pode ser mostrada ou negada, é agora muito mais manipulado e adornado de diferentes maneiras que antes. Ao lado de todo tipo de cosméticos, novas mercadorias importadas e, mais recentemente, produtos estrangeiros fabricados nacionalmente sob licença de companhias de outros países tornaram possível usar e expor os cabelos crespos e cacheados, "falar por meio do cabelo", de maneiras muito mais diversas. Atualmente, as mulheres e, em uma extensão menor, os homens, dispõem de uma grande variedade de cosméticos específicos para a população negra, por meio dos quais podem "falar", negociar e se situar.

Mulheres e homens negros podem deixar os cabelos crespos, encaracolados, submetê-los a relaxamento ou usá-los ondulados, pois agora o mercado se deu conta do aumento do poder aquisitivo dessa população e nessa lógica disponibiliza diversas linhas afro para o cuidado com o cabelo.

Considera-se, então, que o estudo sobre a identidade negra e o consumo de cosméticos afro poderá contribuir não só para o desvelamento do preconceito e da discriminação racial, como também poderá ajudar a construir estratégias que possibilitem compreender a importância do corpo e do cabelo na construção da identidade negra de mulheres e homens negros, bem como compreender como esses fatores interferem nas relações estabelecidas entre os diferentes sujeitos constituídos imbricadamente pelas relações de gênero, de raça e de classe, numa sociedade como a contemporânea (capitalista de consumo), ou seja, sociedade alicerçada nas desigualdades sociais, enfim relações sociais de poder (opressão, discriminação, exploração) e de resistência.

A manipulação do cabelo de negras e negros pode ser vista como continuidade de elementos culturais africanos ressignificados no Brasil. Descobrir a africanidade, a negritude presente ou escondida na manipulação do cabelo do negro e da negra na atualidade da sociedade de consumo, em que este traz desdobramentos nas identidades, pertencimentos e distinções sociais, constitui uma das preocupações primordiais para a definição da força histórica e cultural desse segmento étnico/racial.

O que nos leva a insurgir esteticamente está no confronto do olhar do outro sobre nós, olhar impregnado de um juízo de valor estético pautado no padrão branco. A partir do momento que decidimos não mais abaixar o volume dos nossos cabelos, não estirá-los, estamos assumindo um novo comportamento - uma postura crítica e efetivamente uma estética negra afirmativa.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ADORNO, T.; HORKHEIMER, M. **Dialética do esclarecimento**. Rio de Janeiro: Zahar, 1985.

AFONSO, A.; FERNANDES, A.; GOMES, C.; SOARES, D.; FONSECA, A. **Estudo exploratório sobre os motivos que levam as pessoas a praticar aeróbia**. In: FONSECA, A. A FCDEF-UP e a psicologia do desporto: estudos sobre motivação. Porto: Faculdade de Ciências do Desporto e de Educação Física/UP, 2000. RS: L&PM, 2013.

ALBUQUERQUE, Wlamyra e FRAGA FILHO, Walter. **Uma história do negro no Brasil**. Salvador, Centro de Estudos Afro-orientais, 2006.

ALMEIDA, A. S. M. **Identidade e consumo: o que compreender sobre o consumo da chamada “linha étnica” e a relação com identidade na classe média negra**. In: XXVI Simpósio Nacional de História – ANPUH, São Paulo, 2011.

AMEUR, Farid. **Guerra da Secessão**. Tradução: Denise Bottmann. – Porto Alegre, 2013.

ANDREWS, George R. **Negros e brancos em São Paulo**. Bauru: EDUSC, 1998.

_____. **“O protesto político negro em São Paulo (1888-1988)”**. Estudos AfroAsiáticos, n. 21, Rio de Janeiro, 1991.

ARRUDA, José J. de; PILETTI, Nelson. **Toda a história**. São Paulo: Ática, 1995.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS INDÚSTRIAS DE HIGIENE PESSOAL E COSMÉTICOS (ABIHPEC). **Revolução nas prateleiras**. 2014. Disponível em: <https://abihpec.org.br/publicacao/anuario-abihpec-2014/> Acesso em: 14 de julho de 2016.

AUGSTEIN, Hannah Franziska, (Ed.). Race. **The Origins of an Idea, 1760-1850**. Bristol: Thoemmes Press, 1996.

AVRITZER, Leonardo (org.). **Sociedade Civil e democratização**. Belo Horizonte: Del Rey, 1994.

AZEVEDO, Célia Maria M. de. **"Abolicionismo e memória das relações raciais"**. Estudos Afro-Asiáticos, nº 26, 1994.

BARBOSA, Livia; CAMPBELL, Colin (Org.). **Cultura, consumo e identidade**. Rio de Janeiro: Ed. FGV, 2006.

BARBOSA, Márcio (Org.). **Frente Negra Brasileira: depoimentos**. São Paulo: Quilombhoje, 1998.

BARROS, D. **Imagem corporal: a descoberta de si mesmo**. História da Ciência e Saúde: Manguinhos, Rio de Janeiro, v.12, n.2, p.547-54. 2005.

BAUDRILLARD, Jean. **A sociedade de consumo**. Lisboa: Edições 70, 1995.

_____. **Simulacros e Simulação**. Tradutora Maria João da Costa Pereira. Lisboa: Relógio D'água, 1981.

BONAVIDES, Paulo. **Ciência Política**. 17.ed. São Paulo: Moderna, 2010.

BOURDIEU, P. **A economia das trocas simbólicas**. São Paulo: Perspectiva, 2007.

_____. **Gostos de classe e estilos de vida**. In: Sociologia. São Paulo, Atica, 1983.

BRAH, Avtar. **Diferença, diversidade, diferenciações**. Cadernos Pagu. n.26, Campinas, 2006.

BRANDÃO, Z. **Entre questionários e entrevistas**. In: NOGUEIRA, M. A.; ROMANELLI, G.; ZAGO, N. (orgs.). Família & escola. Rio de Janeiro: Vozes, 2000. p. 171-83.

BRASIL. Presidência da República. Secretaria de Políticas para as Mulheres. **Tempos e Memórias do Feminismo no Brasil**. Brasília: SPM, 2010.

BRAZIL, Érico V & SCHUMAHER, Schuma. **Mulheres negras no Brasil**. São Paulo: Senac/São Paulo, 2007.

BURKER, Peter, Modernidade, **Cultura e Estilos de Vida**, IN, BUENO, Maria Lucia; CAMARGO, Luiz Otávio de Lima. Cultura e consumo: estilos de vida na contemporaneidade. São Paulo: Editora Senac, 2008.

CAMARGO, Luiz O de Lima (org). **Cultura e Consumo, Estilos de Vida na Contemporaneidade**. São Paulo: SENAC, 2008. P. 25-40.

CANCLINI, Nestor Garcia. **Consumidores e cidadãos**. Rio de Janeiro: UFRJ, 1996.

_____. **Culturas híbridas**. São Paulo: USP, 2006.

CANEDO, Letícia B. **A descolonização da Ásia e da África**. São Paulo: Atual, 1994.

CARDOSO, Cláudia Pons. **Amefricanizando o Feminismo: o Pensamento de Lélia Gonzalez**. Revista Estudos Feministas, Florianópolis, vol. 22, n. 3., det./dez. 2014. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/ref/article/view/36757>. Acesso em: 8 nov. 2016.

_____. **História das mulheres negras e pensamento feminista negro: algumas reflexões**. Fazendo Gênero 8 - Corpo, Violência e Poder. Florianópolis, de 25 a 28 de

agosto de 2008. Disponível em:
http://www.fazendogenero.ufsc.br/8/sts/ST69/Claudia_Pons_Cardoso_69.pdf

CARDOSO, Hamilton Bernardes. “**Alguns pontinhos...**”. Versus. São Paulo, n. 22, jun.-jul. 1978, p. 38. Dossiê 20-K-135 – 424. Deops/SP, Daesp.

CARNEIRO, Sueli. **A construção do outro como não-ser como fundamento do ser**. Universidade de São Paulo, São Paulo, 2005.

_____. **Enegrecer o feminismo: a situação da mulher negra na América Latina a partir de uma perspectiva de gênero**. In: Racismos contemporâneos. Rio de Janeiro: Takano Ed., 2003.

_____. **Mulheres em movimento**. Estudos avançados. . N. 17 (49): 117-32, 2003.

_____. **Gênero e Raça**. In: BRUSCHINI, Cristina; UNBEHAUM, Sandra G. Gênero (Orgs.), Democracia e Sociedade Brasileira. Rio de Janeiro: Editora 34, 2002, p. 167-193.

_____. **Racismo, Sexismo e Desigualdade no Brasil**. São Paulo: Selo Negro, 2001.

_____; COSTA, Albertina G.O & SANTOS, Thereza. **Mulher Negra/Política Governamental da Mulher**. São Paulo: Nobel: Conselho Estadual da Condição Feminina, 1985.

CASTRO, A. L. de. **Culto ao corpo e sociedade: mídia, estilos de vida e cultura de consumo**. São Paulo: Annablume: Fapesp, 2003.

CASTRO, M.; ANDRADE, T.; MULLER, M. **Conceito mente e corpo através da história**. Estudos Psicológicos, Maringá, v.11, n.1, p.39-43. 2006.

CESAIRE, AIMÉ. **Discurso sobre o colonialismo**. Lisboa: Livraria Sá da Costa Editora, 1978.

COGGIOLA, Osvaldo. **História do capitalismo: das origens até a Primeira Guerra Mundial**. São Paulo: 2016.

CORRÊA, Mariza. **Sobre a invenção da mulata**. Cadernos Pagu. 1996.

CORREIA, F. João Carlos. **Comunicação e Cidadania: os Media e as Identidades nas Sociedades Pluralistas**. Portugal: Universidade da Beira Interior. Tese de Doutorado, 2001.

COSTA, Ana Alice A. “**O Movimento Feminista no Brasil: Dinâmicas de uma Intervenção Política**”. In: Labrys Estudos Feministas, jan/jul, 2005.

COSTA, Claudia de Lima. “**O tráfico de gênero**”. In: Cadernos Pagu, volume 11, 1998.

COSTA, Cristina. A. **Sociologia: introdução à ciência da sociedade**. São Paulo: Moderna, 1997.

COSTA, Emília Viotti da. **Da Monarquia à República: Momentos Decisivos**. São Paulo: Ed.Ciência Humanas, 1979, p.231.

COSTA, Sérgio. **Dois Atlânticos: teoria social, anti-racismo, cosmopolitismo**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2006.

COUTINHO, C. **Marxismo e política: a dualidade de poderes e outros ensaios**. 2. ed. São Paulo: Cortez, 1996.

COUTINHO, Carlos Nelson. **Gramsci: um estudo sobre o seu pensamento político**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1999.

CUNHA, Henrique Jr. **Textos para o movimento negro**. São Paulo, Edicon, 1992.

CUNHA, Olívia M. dos Santos G. **Corações rastafari: lazer, política e religião em Salvador**. Dissertação de mestrado. Universidade Federal do Rio de Janeiro, 1991.

DAMASCO, Mariana Santos. **Feminismo negro: raça, identidade e saúde reprodutiva no Brasil (1975-1996)**. Rio de Janeiro : s.n., 2009.

DANTAS, Jurema. **Estudos e Pesquisas em Psicologia**. Rio de Janeiro, v.11, n.3, p.898-912, 2011.

DAUSTER, T. **A Fabricação de livros infanto-juvenis e os usos escolares: o olhar de editores**. Revista Educação/PUC-Rio, n. 49, p. 1-18, nov. 1999.

DAVIS, Ângela. **Mulheres, Raça e Classe**. Tradução de Heci Regina Candiani. São Paulo: Boitempo, 2016.

DESCARRIES, Francine. **“Um feminismo em múltiplas vozes, um movimento em atos: os feminismos no Québec”**. In: Labrys, estudos feministas. Brasília: UnB, número 1-2, julho/dezembro, 2002.

DESLANDES, Suely F. **O projeto de Pesquisa como exercício científico e artesanato intelectual**, In MINAYO de Souza M. (org) Pesquisa Social: teoria, método e criatividade, 28ª Ed. Petropolis: Vozes, 2009. P. 31-60.

DOBB, Maurice. **A Evolução do Capitalismo**. Rio de Janeiro: Zahar, 1974, p. 143.

DOMINGUES, Petrônio José. **Movimento Negro Brasileiro: alguns apontamentos históricos**. Revista Tempo, Universidade Federal Fluminense, vol. 23, p. 100-122, 2007.

_____. **MOVIMENTO DA NEGRITUDE: UMA BREVE RECONSTRUÇÃO HISTÓRICA.** Mediações – Revista de Ciências Sociais, Londrina, v. 10, n.1, p. 25-40, jan.-jun. 2005.

DUARTE, Fernando. **Ku Klux Klan. Aventuras na História.** São Paulo: Abril, n. 115, fev. 2013. p. 31.

DUBAR, C. **Para uma teoria sociológica da identidade.** A socialização. Porto: Porto Editora, 1997.

DUQUE-ARRAZOLA, Laura S. **O lugar das mulheres nas Políticas de Assistência Social: um estudo sobre a experiência do Programa de Erradicação do Trabalho Infantil em Pernambuco.** Tese de Doutorado, Universidade Federal Rural de Pernambuco/CCSA, Serviço Social, Recife, 2004, 284p.

DUQUE-ARRAZOLA, Laura. **Questão Urbana e a Sociedade de Consumo Contemporânea, 2015-2017.** DCD/NUPEM/Universidade Federal Rural de Pernambuco/UFRPE, Recife, Maio de 2015.

ECO, Umberto. **História da beleza.** Tradução Eliana Aguiar. -Rio de Janeiro, RJ: Record, 2004.

ELIAS, Norbert. **Introdução à Sociologia.** Lisboa: Edições 70.

ENGELS, F. **A origem da família, da propriedade privada e do Estado.** São Paulo: Escala, 2006.

ESTUDOS DE MERCADO SEBRAE/ESPM. **Cosméticos à base de produtos naturais.** São Paulo: Sebrae, 2008.

FANON, Frantz. **Pele negra, máscaras brancas.** Salvador: Edufba, 2008

FEATHERSTONE, Mike. **Cultura de Consumo e Pós-Modernismo.** São Paulo: Studio Nobel, 1995.

FERNANDES, Florestan. **O negro no mundo dos brancos.** São Paulo: Global, 2007.

FERRARA, Mirian Nicolau. **A Imprensa Negra Paulista (1915-1963).** São Paulo: Ed. FFLCH-USP, Coleção Antropologia, 1986.

FERREIRA, Andrey Cordeiro. **Colonialismo, capitalismo e segmentaridade: nacionalismo e internacionalismo na teoria e política anticolonial e pós-colonial.** Revista Sociedade e Estado - Volume 29 Número 1 Janeiro/Abril 2014.

FERREIRA, Ricardo Franklin. **Afro-Descendente: Identidade em Construção.** Rio de Janeiro: Palas; São Paulo: EDUC, 2000.

FIGARO, Roseli (Org.). **Comunicação e Análise do Discurso.** São Paulo: Contexto, 2012.

FISCHLER, C. **Obeso benigno, obeso maligno.** In: SANTANNA, D. B. (Org.). Políticas do corpo. São Paulo: Estação Liberdade, 1995.

FOUCAULT, Michel. **A ordem do discurso**. São Paulo, Loyola, 2007.

_____. **Microfísica do poder**. Trad. Roberto Machado. Rio de Janeiro: edições Graal, 1979.

GALINDO, Daniel dos Santos. **As competências comunicacionais a serviço do mercadológico**. In: Comunicação mercadológica: uma visão multidisciplinar. Organização de Daniel Galindo. São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo, 2008.

_____. **Comunicação institucional & mercadológica: expansões conceituais e imbricações temáticas**. São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo, 2012.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GOHN, Maria da Glória. **Movimentos e lutas sociais na história do Brasil**. São Paulo: Loyola, 1995.

_____. **Teorias dos Movimentos Sociais: paradigmas clássicos e contemporâneos**. São Paulo: Loyola, 1997.

_____. **500 anos de lutas sociais no Brasil: movimentos sociais, ONGs e o terceiro setor**. Rev. Mediações, Londrina, v. 5, n. 1, p. 11-40, jan./jun. 2000 .

_____. **Desafios dos movimentos sociais hoje no Brasil**. SER social, Brasília, v.15, n. 33, p261-384, jul. / dez. 2013

GOMES, N. L. **Educação, identidade negra e formação de professores/as: um olhar sobre o corpo negro e o cabelo crespo**. Educação e Pesquisa, São Paulo, v.29, n.1, p. 167-182, jan./jun. 2003.

_____. **Alguns termos e conceitos presentes no debate sobre relações raciais no Brasil:Uma breve discussão**. In: Educação anti-racista: caminhos abertos pela lei Federal nº10.639/03. Brasília: Ministério da Educação, Secretaria de Educação Continuada, Alfabetização e Diversidade, 2005.

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

_____. **Sem perder a raiz: corpo e cabelo como símbolos da identidade negra**. São Paulo: Autêntica, 2006.

GONZALES, Lélia; HASENBALG, Carlos, **“O movimento negro na última década”**. Lugar de negro. Rio de Janeiro, Editora Marcozero, 1982.

GROSGOUEL, Ramon. **The epistemic decolonial turn beyond political-economy paradigms**. *Cultural Studies*, v. 21, n. 2-3, Mar./May 2007, p. 211-223.

GUIMARÃES, Antônio Sérgio A. **Classes, raças e democracia**. São Paulo: Fundação de Apoio à Universidade de São Paulo. Editora 34, 2002.

_____. **RACISMO E ANTI-RACISMO NO BRASIL**. *Novos Estudos CEBRAP* N.º 43, novembro 1995 pp. 26-44.

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

HOOKS, Bell. **Mujeres negras. Dar forma a la teoría feminista. Otras inapropiables: Feminismos desde las fronteras (obra coletiva)**. Madrid: Traficantes de sueños, 2004, p. 33-50.

KOPYTOFF, Igor. **“Slavery”**. *Annual Review of Anthropology*, vol.11, 1982, pp. 221-22.

KOSIK, Karel - **Dialética do Concreto**, 2ª ed., São Paulo: Paz e Terra, 1976.

LEITÃO, Carla Faria; COSTA, Ana Maria Nicolaci da. **Estudos de psicologia**. Natal. Vol.8 no.3 Natal Sep./Dec.2003.

LEMONS, Rosália de O. **Feminismo negro em construção: a organização do movimento de mulheres negras no Rio de Janeiro**. Dissertação (Mestrado em Psicologia). UFRJ, Rio de Janeiro, 1997.

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas**. São Paulo : Companhia das Letras, 1989.

LUCRECIO, Francisco. **“Memória histórica: a Frente Negra Brasileira”**. In: *Revista de cultura Vozes*, vol. 83, nº 3. Petrópolis, Mai/Jun 1989. p. 334.

MANGOLIM, César; SANGIACOMO, Gláucia. **As causas da escravidão colonial e suas consequências: traços fundamentais e notas críticas aos desafios atuais**. Disponível em: <https://cesarmangolin.files.wordpress.com/2010/02/mangolin-as-causas-da-escravidao-colonial-e-suas-consequencias-2003.pdf>

MARQUESE, Rafael de Bivar. **A dinâmica da escravidão no Brasil: resistência, tráfico negro e alforrias, séculos XVII a XIX**. *Novos Estudos. Cebrap* 74. Março de 2006.

MARX, K. **Crítica à economia política**. In: _____. *Contribuição para a crítica da economia política*. Lisboa: Estampa, 1973.

_____. **Manuscritos econômico-filosóficos e outros textos escolhidos**. São Paulo: Abril Cultural, 1974.

MARX, Karl e ENGELS, Friedrich. **A Sagrada Família (1845)**. Ed. Martin Claret, 1967.

MATTA, Luiz. **Digestivo Cultural**. Revista GV Executivo, volume 3, ano 4, novembro de 2004 – janeiro de 2005.

MAZZUCHELLI, F. **A contradição em processo: o capitalismo e suas crises**. São Paulo: Brasiliense, 1985.

MEKSENAS, P. **O capitalismo e o nascimento da sociologia**. In: _____
Aprendendo sociologia: a paixão de conhecer a vida. São Paulo: Loyola, 2001.

MELUCCI, Alberto. **Challenging codes**. Cambridge: Cambridge University Press, 1996.

_____. **Um objetivo para os movimentos sociais**. Lua Nova, São Paulo, junho 1989.

MEMMI, Albert. **Retrato do colonizado precedido pelo retrato do colonizador**. Trad. Roland Corbisier e Mariza Pinto Coelho. 3ª edição. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1989.

MENDES, Maria Manuela. **Raça e racismo: controvérsias e ambiguidades**. Vivência 39. Revista de antropologia n.39. 2012 p. 101-123.

MINAYO, M. Cecília de Souza (org). **Pesquisa Social: teoria, método e criatividade**. 28ª Ed. Petropolis: Vozes, 2009.

_____. **O Desafio do Conhecimento: pesquisa qualitativa em saúde**. 5ª Ed. HUCITEC-ABRASCO, São Paulo-Rio de Janeiro, 1998.

MIRANDA, Vinicius Almeida Ribeiro de. **Dois trotskismos num partido de massas: As trajetórias das organizações Democracia Socialista e Convergência Socialista no PT de 1978 a 1992**. Campinas: Dissertação de Mestrado da Unicamp, 2015.

MIZRAHI, Mylene. **Cabelos, Ambiguidades: beleza, poder de compra e “raça” no Brasil urbano**. Revista Brasileira de Ciências Sociais, vol. 30, nº 89, Outubro, 2015, pps 31-47.

MOREIRA, Núbia Regina. **A organização das feministas negras no Brasil**. Bahia: UESB: 2011.

MUNANGA, Kabengele. **Identidade, cidadania e democracia: algumas reflexões sobre os discursos anti-racistas no Brasil**. In: SPINK, Mary Jane Paris(Org.) A cidadania em construção: uma reflexão transdisciplinar. São Paulo: Cortez, 1994.

_____. **Negritude: Usos e Sentidos** – 2ª ed. São Paulo: Ática, 1988.

NARVAZ, M., & KOLLER, S. H. **Metodologias feministas e estudos de gênero: Articulando pesquisa, clínica e política**. Psicologia em Estudo, 11 (3), 647-654, 2006: p. 649.

NASCIMENTO, Abdias do. **O Genocídio do Negro Brasileiro: processo de um racismo mascarado**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1978.

_____. **Teatro Experimental do Negro: trajetória e reflexões**. In: Estudos Avançados. Vol. 18. N.º 50. São Paulo: 2004, pp. 209-224.

NAVARRO, Roberto. **Quem foram os Panteras Negras?** Mundo Estranho. 2012.

NETTO, Jose Paulo. **Introdução ao Estudo do Método em Marx**. São Paulo: Expressão Popular, 2011.

OLIVEIRA, Jéssica; CAMPOS, Zuleica. **Tradição e resistência no terreiro xambá: o resgate de uma herança**. IV Colóquio de História: Abordagens Interdisciplinares sobre História da Sexualidade de 16 a 19 de Novembro de 2010. Disponível em: <http://www.unicap.br/coloiquidehistoria/wp-content/uploads/2013/11/4Col-p.692.pdf>. Acesso em 19/05/17.

OLIVEIRA, Laiana Lannes de. **A Frente Negra Brasileira: política e questão racial nos anos 1930**. PPGHIS/UERJ, 2002.

OLIVEIRA, Pérsio Santos. **Introdução à sociologia**. São Paulo: Ática, 2004.

ORLANDI, Eni. **Análise de Discurso: princípios e procedimentos**. Campinas: Pontes, 2010.

PADILHA, Valquíria. **Shopping center: a catedral das mercadorias**. São Paulo: Boitempo, 2006.

PAIM, Márcio. Sankofa. **Revista de História da África e de Estudos da Diáspora Africana**. Ano VII, N.ºXIII, Julho/2014.

_____. **Pan-africanismo: tendências políticas, Nkrumah e a crítica do livro Na Casa De Meu Pai**. Sankofa. Revista de História da África e de Estudos da Diáspora Africana Ano VII, N.ºXIII, Julho/2014. Disponível em: <http://www.revistas.usp.br/sankofa/article/viewFile/88952/91815>. Acesso em: 22/01/2017.

PAPA, Fernanda; JORGE, Flávio. **O feminismo é uma prática: reflexões com mulheres jovens do PT**. São Paulo: Fundação Friedrich Ebert, 2008.

PATTERSON, Orlando. **Slavery and social death. A comparative study**. Cambridge, Mass.: Harvard University Press, 1982.

PEREIRA, Amauri Mendes. **Trajетória e Perspectivas do Movimento Negro Brasileiro**. Belo Horizonte: Nandyala, 2008.

PEREIRA, Amilcar A. **O Mundo Negro: a constituição do movimento negro contemporâneo no Brasil (1970-1995)**. 2010. Tese (doutorado em História) – Universidade Federal Fluminense, Rio de Janeiro.

PEREIRA, V. L. **Gênero: dilemas de um conceito**. Gênero e cultura: questões contemporâneas (Coleção Gênero e Contemporaneidade, Vol. I, pp. 173- 198), Porto Alegre: Edipucrs, 2004.

PIERUCCI, Flávio A. **Ciladas da Diferença**. São Paulo: Editora 34, 1999, 224 p.

PINTO, Céli Regina Jardim. **Uma história do feminismo no Brasil**. São Paulo: Editora Fundação Abramo, 2003.

PRIORE, Mary del. **Corpo a corpo com as mulheres: as transformações do corpo feminino no Brasil**. 2004.

PRONI, Marcelo Weishaupt. **História do capitalismo: uma visão panorâmica**. Campinas: Cadernos do Cesit, 1997.

QUEIROZ, Martha. **Para além do carnaval: O Movimento Negro na cena cultural na cidade do Recife**. Anais do XXVI Simpósio Nacional de História – ANPUH • São Paulo, julho 2011. Disponível em: http://www.snh2011.anpuh.org/resources/anais/14/1313018305_ARQUIVO_MarthaRosaANPUHCOMPLETO10ago.pdf Acesso: 19/05/17.

_____. **Relatos orais: do "indizível" ao "dizível"**. In: VON SIMSON, O. M. (org. e intr.). Experimentos com histórias de vida (Itália-Brasil). São Paulo: Vértice, Editora Revista dos Tribunais, Enciclopédia Aberta de Ciências Sociais, v.5, 1988. p. 68-80.

QUIJANO, Aníbal. **“Raza’, ‘etnia’, ‘nación’ en Mariátegui: cuestiones abiertas” em Forgues**. Roland (ed.) José Carlos Mariátegui y Europa, 1992. La otra cara del descubrimiento (Lima: Amauta).

_____. **A colonialidade do saber: eurocentrismo e ciências sociais**. Perspectivas latino-americanas. CLACSO, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales. 2005.

QUINTANEIRO, Tania. **Um toque de clássicos: Marx, Durkheim e Weber**. Belo Horizonte: Editora UFMG. 2002.

ROCHA, Everardo; BARROS, Carla. **Entre mundos distintos: notas sobre comunicação e consumo em um grupo social**. In: BACCEGA, Maria Aparecida (Org.). Comunicação e culturas do consumo. São Paulo: Atlas, 2008.

ROCHA, Everardo. **Mídia, cultura e comunicação**. Revista Com Ciência: UNICAMP, 2008. Disponível em: http://comciencia.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1519-76542008000200010&lng=e&nrm=iso Acesso em: 26 jun 2016.

RODRIGUES, Vladimir Miguel. **Malcolm X: entre o texto escrito e o visual**. Dissertação (Mestrado em Teoria literária) - Instituto de Biociências, Letras e Ciências Exatas da Universidade Estadual Paulista, São Paulo, 2010.

ROSA PARKS. Extraído do texto de Reginaldo José da Silva: **O GESTO DE ROSA PARKS - A “MESTRA” DE MARTIN LUTHER KING**. Disponível em: <http://izabelahendrix.edu.br/humanidades1/ser-humano-relacoes/artigos/arquivos/rosaparks.pdf>. Acesso em: 23/01/2017.

SAFFIOTI, Heleieth. **O Poder do Macho**. São Paulo: Editora Moderna LTDA, 1988.

SAHLINS, M. **Cultura e razão prática**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.

SANSONE, Livio. **Racismo sem etnicidade: políticas públicas e discriminação racial em perspectiva comparada**. Maná, v. 41, n. 4, Rio de Janeiro, 1998.

_____. **Os objetos da identidade negra: consumo, mercantilização, globalização e a criação de culturas negras no Brasil**. Rio de Janeiro, 2000. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-93132000000100004. Acesso em: 28 Setembro 2015.

_____. **"A produção de uma cultura"**. Estudos Afroasiáticos, n. 20, 1991. p. 121-34.

SANTOS, Jocélio Teles dos. **O negro no espelho: imagens e discursos nos salões de beleza étnicos**. Estudos Afro-Asiáticos, nº,38, pp. 49-66. 2000.

SANTOS, José Luiz. **O que é cultura**. São Paulo : Brasiliense, 2006.

SCOTT, Joan. **Gender and the politics of history New Yor**. Columbia University Press p 1-35, (1989)

SCRIBANO, Adrián Oscar. **El processo de investigación social qualitativo**. Buenos Aires: Prometeo Libros, 2008.

SENNETT, Richard. **A cultura do novo capitalismo**. Tradução Clóvis Marques. - Rio de Janeiro: Record, 2006.

SETTON, Maria da Graça Jacintho. **A Teoria do Habitus em Pierre Bourdieu: uma leitura contemporânea**. Revista Brasileira de Educação, nº 20, maio/jun/Jul/ago, 2002.

SILVA, Kalina Vanderlei; SILVA, Maciel Henrique. **Dicionário de Conceitos Históricos** - Ed. Contexto - São Paulo; 2006.

SILVA, P. V. B. **Racismo discursivo na mídia: pesquisas brasileiras e movimentação social**. Trabalho apresentado na 28ª Reunião Anual da ANPED. Caxambu, 16 a 19 de outubro de 2005.

SILVÉRIO, Valter Roberto. **Educação e ações afirmativas: entre a injustiça simbólica e a injustiça econômica**. Organização, Petronilha Beatriz Gonçalves e Silva e Valter Roberto Silvério. –Brasília : Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira, 2003.

SKIDMORE Thomas. **O Brasil visto de fora**. Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1994.

SOARES, J. M. **A singularidade invisível: um estudo do comportamento de consumo dos profissionais liberais negros**. 2002.

SODRÉ, Muniz. **Claros e escuros: identidade, povo e mídia no Brasil**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1999.

SOUZA, A. F. C. **O Percurso dos Sentidos sobre a Beleza através dos Séculos – uma análise discursiva**. Dissertação de Mestrado. UNICAMP (IEL), 2004.

SOUZA, Neusa Santos. **Tornar-se negro: ou as vicissitudes da identidade do negro brasileiro em ascensão social**. Rio de Janeiro: Graal, 1990.

STOLCKE, Verena. **Sexo está para gênero assim como raça para etnicidade?** Estudos AfroAsiáticos, nº 20, p.101-119, 1991.

STROZENBERG, I. **O apelo da cor: percepções dos consumidores sobre as imagens da diferença racial na propaganda brasileira**. Comunicação, Mídia e Consumo, São Paulo, nº 4, p. 199-220, jul 2005.

TAVARES, A. R. **Curso de direito constitucional**. São Paulo: Saraiva, 2007.

TELLES, E. E. **Racismo à brasileira: uma nova perspectiva sociológica**. Rio de Janeiro: Relume-Dumará, 2003.

VALGHAN, Patrícia Anne. **A IMAGEM AMERICANA DE BELEZA FÍSICA E AS MUDANÇAS PROVOCADAS PELO “BLACK POWER” NA DÉCADA DE 60**. Rev. de Letras - N0 . 22 - Vol. 1/2 - jan/dez. 2000.

VARMAN, R.; BELK, R.W. **Weaving a web: subaltern consumers, rising consumer culture, and television**. Marketing Theory, v.8, n.3, p. 227–252, 2008.
Walter Fraga Filho. _Salvador: Centro de Estudos Afro-Orientais;

WESCHENFELDER, Gelson Vanderlei. **Os Negros nas Histórias em Quadrinhos de Super-Heróis. Identidade!** | São Leopoldo | v.18 n. 1 | p. 67-89.

WOLF, M. **Teorias da comunicação**. Lisboa: Presença, 2006.

APÊNDICES

APÊNDICE A**TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO**

Concordo em participar, como voluntária, do estudo que tem como pesquisadora responsável a estudante de pós-graduação (Mestrado) **CLÁUDIA FERREIRA ALEXANDRE GOMES**, do curso de **CONSUMO, COTIDIANO E DESENVOLVIMENTO SOCIAL** (PGCDS) da **Universidade de Federal Rural de Pernambuco** (UFRPE), que pode ser contatada pelo e-mail *claudia83gomes@gmail.com*, e pelos telefones (81) 99783-4347 sob a orientação da Prof^a. Dr^a. Laura Susana Duque-Arrazola, lotada na referida Universidade. Tenho ciência de que o estudo tem em vista realizar entrevistas com mulheres que fazem uso de cosméticos afro, por meio de realização da coleta de dados para a pesquisa sobre Identidade negra e o consumo de cosméticos afro. A participação consistirá em conceder entrevista, que será gravada e transcrita, registrada com imagens e ficará armazenada sob a responsabilidade da pesquisadora. Entendo que esse estudo possui finalidade de pesquisa acadêmica, e que as informações desta pesquisa serão confidenciais e divulgadas apenas em eventos ou publicações científicas, e neste caso será preservado o anonimato das participantes, assegurando a privacidade destas. A pesquisadora providenciará uma cópia da transcrição da entrevista para conhecimento da participante, caso haja necessidade. Estou ciente que posso abandonar minha participação na pesquisa quando quiser e que não receberei nenhum pagamento por esta participação.

Assinatura Pesquisadora

Assinatura (entrevistada)

Recife, ____ de _____ de 2017

APÊNDICE B

ROTEIRO DE ENTREVISTA (consumidoras de cosméticos afro)

Nome (Fictício) da entrevistada: _____

Entrevista nº: _____

Data: _____ Local: _____

Identificação de Gênero: _____ Idade: _____

Nível de escolaridade: _____

Ocupação: _____

1. O que é ser mulher em nossa sociedade?
2. O que é ser uma pessoa negra em nossa sociedade?
3. O que é ser mulher negra em nossa sociedade?
4. Para você que diferença há em ser uma pessoa branca ou negra em nossa sociedade? Por quê?
5. O que você acha quando se diz que no Brasil vivemos uma democracia racial? Por quê?
6. Para você o que é mais belo na mulher negra e na mulher branca? Por quê?
7. Para você quem é mais bela, a pessoa branca ou a pessoa negra? Por quê?
8. Você já presenciou alguma situação de preconceito/racismo? Qual?
9. Por que é importante assumir a identidade negra?
10. Quando se fala da beleza negra o que você entende por isso?
11. Hoje no mercado brasileiro encontram-se disponíveis cosméticos específicos para população negra (especialmente para pele e cabelos). O que você acha desse uso de cosméticos afro pela população negra? Por quê?
12. Para você o desenvolvimento pelo mercado desses cosméticos afro, seria uma valorização da população negra ou uma manobra do mercado para aumentar as vendas? Por quê?
13. Que tipo de cosméticos para o cabelo e para a pele você consome?
14. Você consome alguma/as marca/as específica/as?
15. O que a leva a escolher os seus cosméticos, especialmente os produtos para o cabelo?

16. Você consome cosméticos afro? Por quê?
17. O que você acha das propagandas de cosméticos afro?
18. Para você a propaganda influencia na sua escolha de cosméticos afro?
19. Onde você costuma comprar os seus cosméticos afro?
20. Quanto você costuma gastar mensalmente com cosméticos afro?
21. Você tem o hábito de frequentar salões de beleza afro? Por quê?
22. Para você o consumo de cosméticos afro para a população negra contribui para a afirmação de sua identidade negra? Por quê?
23. Para você a prática de consumo dos cosméticos afro contribui para o status entre as mulheres negras? Por quê?
24. Para você o que representa sua pele e seu cabelo?
25. Para você o fato de homens e mulheres negras consumirem cosméticos afro significa uma postura política? Por quê?

APÊNDICE C**ROTEIRO DE ENTREVISTA (donas de salão afro)**

Nome (Fictício) da entrevistada: _____

Entrevista nº: _____

Data: _____ Local: _____

Identificação de Gênero: _____ Idade: _____

Nível de escolaridade: _____

Ocupação: _____

1. O que levou você a montar um salão de beleza afro?
2. Quem frequenta mais seu Salão mulheres negras ou mulheres brancas?
3. Qual procedimento é mais pedido no salão?
4. Qual a frequência de pessoas negras no salão?
5. Para você, o que tem motivado nos últimos anos a procura de salões de beleza pelas mulheres negras?
6. A presença das mulheres negras tem alavancado as vendas no salão?
7. Comparando a presença das mulheres negras nos salões de beleza hoje, existe alguma diferença com anos atrás? Que procuravam antes nos salões e que procuram hoje?
8. Para você por que é importante assumir a identidade negra?
9. Quando se fala da beleza negra o que você entende por isso?
10. Para você, pode-se dizer que as mulheres negras estão valorizando-se mais? por que?
11. Hoje no mercado brasileiro encontram-se disponíveis cosméticos afro, específicos para população negra (especialmente para pele e cabelos). O que você acha desse uso de cosméticos afro pela população negra (especialmente as mulheres)? Por quê?
12. Para você o desenvolvimento pelo mercado desses cosméticos afro, seria uma valorização da população negra ou uma manobra do mercado para aumentar as vendas? Por quê?
13. Onde você costuma comprar os cosméticos afro para seu salão?
14. O que você acha das propagandas de cosméticos afro?

15. Para você a propaganda influencia na escolha de cosméticos afro? Por quê?
16. Para você o aumento de mulheres negras na mídia contribui para a população negra assumir sua identidade negra? Por quê?
17. Para você o consumo de cosméticos afro pela população negra contribui para a afirmação de sua identidade negra? Por quê?
18. Para você a prática de consumo dos cosméticos afro contribui para o status entre as mulheres negras? Por quê?
19. Para você o fato de homens e mulheres negras consumirem cosméticos afro significa uma postura política? Por quê?

APÊNDICE D

FEMINISTAS NEGRAS NO BRASIL E NO MUNDO: ALGUMAS LIDERANÇAS

Para entender melhor o desenvolvimento do feminismo negro no Brasil e no mundo, cabe identificar algumas lideranças negras, de onde vieram, onde atuam, quais são seus objetivos, etc. O perfil das feministas negras é constituído por mulheres em geral na faixa dos 50 anos, a maioria com nível superior na área das Ciências humanas e com Pós-Graduação em nível de mestrado e doutorado. Em relação à origem social, fazem parte de uma classe média emergente ou melhor dizendo, da nova classe trabalhadora como diz Marilena Chaui.

A grande maioria é proveniente de famílias pobres, porém ascendendo socialmente principalmente devido à formação escolar e universitária, aliada a experiência profissional em diversos campos de trabalho como o cultural e artístico, (LEMOS, 1997).

Dentre as feministas negras, destacaremos os principais aspectos da trajetória política e profissional de lideranças nacionais como: Djamila Ribeiro, Edna Roland, Fátima Oliveira, Fernanda Lopes, Jurema Werneck, Lélia Gonzáles, Luiza Bairros, Matilde Ribeiro, Núbia Moreira, Sueli Carneiro, Wânia Sant'anna. No cenário internacional temos Angela Davis, Bell Hooks, Frances M. Beal, Kia Lilly Caldwell, Kimberle Crenshaw e Patricia Hill Collins.

Estas mulheres protagonizaram as ações que deram forma ao feminismo negro, e conseguiram mediante seu ativismo, dar visibilidade tanto a nível nacional quanto internacional às temáticas e particularidades que cercam as mulheres negras no Brasil e no mundo (DAMASCO, 2008).

Djamila Taís Ribeiro⁴²



Fonte: http://brasil.elpais.com/brasil/2016/07/14/politica/1468512046_029192.html

⁴² Disponível em: <http://blogueirasnegras.org/author/djamila-ribeiro/>

É uma paulista, natural de Santos, mestra em Filosofia Política pela Universidade Federal de São Paulo (Unifesp) e feminista negra. Escreve para o Escritório Feminista da Carta Capital, o Blogueiras Negras e a Revista AzMina.

Foi também secretária-adjunta da Secretaria de Direitos Humanos e Cidadania de São Paulo.

Edna Maria Santos Roland



Fonte: <http://www.geledes.org.br/estatuto-racial-canto-palmares-por-edna-roland/#gs.iB=iNzA>

É uma Maranhense, Natural de Codó, Maranhão. Formou-se em Psicologia em 1972 na Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas da UFMG, onde também concluiu a formação em Psicólogos em 1979. Cursando a Universidade no período pós-AI-5, militou no Movimento Estudantil em um momento em que foi proibido até fixar informações nas paredes da Escola.

Devido a seu relacionamento com a política operária - POLOP, uma organização clandestina de esquerda, teve de afastar-se da Universidade em 1973, onde acabava de ser aprovada em um concurso no Setor de Psicologia Social. Viveu cinco anos na clandestinidade em São Paulo.

Com o processo de abertura política, retomou sua vida acadêmica no Mestrado em Psicologia Social da PUC-SP, com um projeto sobre patroas e empregadas domésticas, do qual acabou estabelecendo uma relação orgânica com o Movimento Negro. Foi fundadora de quatro organizações negras: Bloco Afro Alafiá, em 1984; Coletiva de Mulheres Negras de São Paulo, em 1984; Geledés - Instituto de Mulher Negra, em 1988; E FALA PRETA! Organização de Mulheres Negras em 1997. Em 1998, foi pesquisadora visitante no Harvard Center for Population and Development Studies.

Assessorou a Delegação Brasileira à III Conferência Mundial contra o Racismo, Discriminação Racial, Xenofobia e a Intolerância indicada pelo Secretário-Geral Kofi Annan da ONU para integrar o Grupo de Pessoas Eminentíssimas encarregadas de monitorar a implementação do Programa de Ação de Durban. Desde maio de 2003, é Coordenadora de Combate ao Racismo e à

Discriminação Racial da UNESCO para região da América Latina e do Caribe, com base no escritório dessa instituição no Brasil.

Fátima Oliveira



Fonte: <http://www.geledes.org.br/tag/fatima-oliveira/#gs.UqceoGU>

É maranhense, graduou-se em medicina e foi diretora da Rede Nacional Feminista de Saúde e Direitos Reprodutivos. Iniciou sua militância política, na década de 1970, no movimento de mulheres no Brasil.

Fernanda Lopes⁴³



Fonte: <https://generoracaetniaparajornalistas.wordpress.com/2011/10/17/oficial-do-programa-em-saude-e-direitos-da-onu-e-a-convidada-de-coletiva/>

É graduada em Ciências Biológicas pela Universidade Presbiteriana Mackenzie, Fernanda Lopes tem mestrado e doutorado em Saúde Pública pela Universidade de São Paulo (USP). Foi coordenadora das ações de saúde do Programa de Combate ao Racismo Institucional, uma iniciativa que reuniu o governo brasileiro e agências do Sistema Nações Unidas, com apoio do Ministério do Governo Britânico para o Desenvolvimento Internacional.

Pesquisadora do Núcleo de Estudos para a Prevenção de Aids da USP e do Centro Brasileiro de Análise e Planejamento, ela atua principalmente com as questões de vulnerabilidade, HIV/Aids, combate ao racismo, raça/etnia e saúde, direitos humanos, mulheres, iniquidades em saúde e políticas públicas de saúde. Foi conselheira nacional de Saúde de 2006 a 2007 e é membro do Comitê Técnico de Saúde da População Negra do Ministério da Saúde.

⁴³ Disponível em: <https://generoracaetniaparajornalistas.wordpress.com/2011/10/17/oficial-do-programa-em-saude-e-direitos-da-onu-e-a-convidada-de-coletiva/>

Jurema Werneck



Fonte: [http://atarde.uol.com.br/cultura/noticias/enecult-pesquisadores-discutem-a-cultura-do-](http://atarde.uol.com.br/cultura/noticias/enecult-pesquisadores-discutem-a-cultura-do-brasil-1617822)

brasil-1617822

Formou-se em Medicina pela Universidade Federal Fluminense (RJ) é mestre em Engenharia de Produção pela Coordenação dos Programas de Pós-graduação de Engenharia, UFRJ (2000) e doutorada em Comunicação e Cultura pela Escola de Comunicação da UFRJ (2007). Nasceu no Morro dos Cabritos em Copacabana, Rio de Janeiro. Recebeu da Assembleia Legislativa do Rio de Janeiro o título de Cidadã Benemérita do Estado do Rio de Janeiro. Integra o Board of Directors de Global Fund for Women.

Tem artigos e livros publicados sobre população negra, cultura negra, situação das mulheres negras, feminismo; racismo; saúde das mulheres negras, direitos sexuais e reprodutivos; políticas públicas para equidade de gênero e raça; saúde da população negra, bioética e direitos humanos. Foi co-autora do livro: “A Saúde das Mulheres Negras: nossos passos vêm de longe” e desde 1993 dirige a ONG carioca Criola⁴⁴.

Lélia Gonzáles⁴⁵



Fonte: http://mulheresquehonramorole.blogspot.com.br/2012_06_01_archive.html

(1935 - 1994) nasceu em 1º de fevereiro de 1935, em Minas Gerais, filha do negro ferroviário Accacio Serafim d' Almeida e de Orcinda Serafim d' Almeida Lélia de Almeida Gonzáles. Era a penúltima filha de 18 irmãos. Com a

⁴⁴ Disponível em: http://criola.org.br/?page_id=156

⁴⁵ Sobre Lélia Gonzales ver: <https://www.youtube.com/watch?v=o9vOVjNDZA8>

mãe indígena, que era doméstica, recebeu as primeiras lições de independência.

Mudou-se com a família em 1942 para o Rio de Janeiro, acompanhando o irmão Jaime, jogador de futebol do Flamengo. No Rio de Janeiro, cidade que amava, seu primeiro emprego foi de babá. Não raro se identificava como carioca, foi torcedora incondicional do Flamengo. Graduiu-se em história e filosofia, exercendo a função de professora da rede pública. Posteriormente, concluiu o mestrado em comunicação social. Doutorou-se em antropologia política /social, em São Paulo (SP), e dedicou-se às pesquisas sobre a temática de gênero e etnia.

Professora universitária lecionava Cultura Brasileira na Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC – Rio). Seu último cargo na instituição foi de chefe do departamento de Sociologia e Política.

Viúva de Luiz Carlos González enfrentou o preconceito por parte da família branca do marido. Através do candomblé, da psicanálise e da cultura afro-brasileira assumiu sua condição de mulher e negra.

Lélia se destacou pela importante participação que teve no Movimento Negro Unificado (MNU), do qual foi uma das fundadoras. Em 07 de julho de 1978 em ato público oficializou a entidade em nível nacional. Sendo uma das precursoras do feminismo negro no país, organizou um dos primeiros grupos de mulheres negras: o Nzinga-Coletivo de Mulheres Negras. Participou também da fundação do Instituto de Pesquisas das Culturas Negras (IPCN).

Em seus artigos Lélia Gonzalez preocupou-se, por um lado, em analisar a situação da mulher negra no mercado de trabalho e, por outro em valorizar a cultura e a tradição da população negra no país (DAMASCO, 2008).

Luiza Helena Bairros⁴⁶



Fonte: http://www.geledes.org.br/luiza-bairros-recebera-diploma-bertha-lutz-no-senado-federal/#gs.FBd_MUs

(1953 - 2016) nascida em Porto Alegre, era formada em Administração pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul, possuía mestrado em Ciências Sociais pela Universidade Federal da Bahia e doutorado em Sociologia pela Universidade de Michigan.

Foi ativista e ex-coordenadora do Movimento Negro Unificado da Bahia e ex-coordenadora do Programa de combate ao racismo institucional do PNUD (DAMASCO, 2008). Ocupava desde 2008 a Secretaria de Promoção da Igualdade Racial da Bahia no governo Jaques Wagner, quando foi convidada pela presidente Dilma Rousseff a participar de seu ministério em 2011.

Matilde Ribeiro⁴⁷



Fonte: <http://www.geledes.org.br/politicas-de-promocao-da-igualdade-racial-1986-2010-de-autoria-de-matilde-ribeiro/#gs.hY6uu54>

Nasceu na pequena cidade de Flórida Paulista, é militante do movimento negro e do feminismo. Formou-se em Serviço Social na PUC de São Paulo. Nascida numa família de baixa renda é filiada ao Partido dos Trabalhadores (PT). Após participar da equipe da campanha petista vitoriosa nas eleições presidenciais de 2002, ela foi convidada pelo presidente Luiz Inácio Lula da Silva para integrar o primeiro-escalão do Governo em março de 2003. Ocupou

⁴⁶ Ver: <http://www.geledes.org.br/assim-falou-luiza-bairros/#gs.nD2toDY>

⁴⁷ Ver: <http://www.panoramamercantil.com.br/movimentos-negro-e-feminista-sao-vitoriosos-matilde-ribeiro-ex-ministra-da-igualdade-racial-e-professora-da-unilab/>

até 1 de fevereiro de 2008 a Secretaria Especial de Políticas de Promoção da Igualdade Racial (SEPPIR), que tinha status de Ministério.

Esteve entre os fundadores do SOWETO Organização Negra, em São Paulo. Atuou no Fórum de Mulheres Paulistas e Brasileiras e no Movimento Nacional de Mulheres Negras (DAMASCO, 2008).

Núbia Moreira⁴⁸



Fonte: <https://i.ytimg.com/vi/TQa0La1YIFw/maxresdefault.jpg>

Possui graduação em Ciências Sociais pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (1995) mestrado em Sociologia pela Universidade Estadual de Campinas (2007) e Doutorado em Sociologia pela Universidade de Brasília (2013). Pesquisadora dos Grupos Cultura, Memória e Desenvolvimento - CMD (UnB), do Grupo de Estudos e Pesquisa em Práticas Educativas - GEPPE (UESB) e CANDACES: Grupo de pesquisa Gênero, raça, cultura & sociedade (UNEB).

Professora Adjunta da Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia - (UESB). É professora do Mestrado em Educação da Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia (UESB). É autora do livro *A Organização das Feministas Negras no Brasil* (2011).

⁴⁸ Sobre Núbia Moreira ver: <https://www.youtube.com/watch?v=TQa0La1YIFw>

Sueli Carneiro⁴⁹



Fonte: <http://www.geledes.org.br/fabrica-entrevista-sueli-carneiro/#gs.PvRZHPQ>

É formada em Filosofia é doutora em Educação pela Universidade de São Paulo (USP) e foi uma das fundadoras da ONG Geledés-Instituto da Mulher Negra, a qual coordena até os dias de hoje. No Geledés criou um programa de saúde voltado para atender as especificidades que cercam a saúde das mulheres negras. É autora de textos que discorrem principalmente acerca da mulher negra, relações raciais no país e saúde da mulher negra (DAMASCO, 2008).

A filósofa também é autora da obra Racismo, sexismo e desigualdade no Brasil que traz uma abordagem crítica dos comportamentos humanos e apresenta os principais avanços na superação das desigualdades criadas pela prática da discriminação racial – indicadores sociais, mercado de trabalho, consciência negra, cotas, miscigenação racial no Brasil, racismo no universo infantil, obrigatoriedade do ensino da História e Cultura Africana e Afro-Brasileira nas escolas públicas do País, entre outros.

Wânia Sant'Anna⁵⁰



Fonte: <http://coletivovermelha.com.br/biografias/wania-santanna/>

É historiadora, pesquisadora de relações de gênero e relações raciais. Atuou nas décadas de 1970 e 1980 tanto no movimento feminista, quanto no movimento negro, pesquisando acerca das questões raciais no Brasil (BRASIL

⁴⁹ Sobre Sueli Carneiro ver: <http://www.geledes.org.br/enegrecer-o-feminismo-situacao-da-mulher-negra-na-america-latina-partir-de-uma-perspectiva-de-genero/>

⁵⁰ Ver: http://www.clam.org.br/bibliotecadigital/uploads/publicacoes/570_1640_novosmarcosparaa-srelacoeseticoraciais.pdf

& SCHUMAHER, 2007). Possui longo histórico de atuação junto à organização do movimento feminista e combate ao racismo no Brasil. Foi Conselheira do Conselho Nacional dos Direitos da Mulher, como representante da Articulação de Mulheres Brasileiras (1999-2002) e Secretária de Direitos Humanos do Estado do Rio de Janeiro (2002). Iniciou sua vida profissional, em 1984, no Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (convidada por Herbert de Souza, o Betinho), onde esteve até 1990.

Foi assistente de direção e pesquisadora da Federação de Órgãos de Assistência Social e Educacional (FASE), no anos 90. Professora e coordenadora do curso de Relações Internacionais da Universidade Estácio de Sá. Entre publicações e estudos destacam-se: “As Mulheres e a Petrobras”, “Dossiê Assimetrias Raciais no Brasil: alerta para elaboração de políticas”, “Organizações Afro-brasileiras no Estado do Rio de Janeiro”, “Desigualdades Étnico/Raciais e de Gênero no Brasil – as revelações possíveis dos Índices de Desenvolvimento Humano ajustado ao gênero”, “Índice de Desenvolvimento Humano da População Negra no Brasil”, “Mujeres Negras – Especial Fempress”, “Negros no Brasil – dados da realidade” e “Agenda da Mulher Negra”.

No cenário internacional, em relação à luta do feminismo negro pode-se destacar:

Ângela Yvonne Davis⁵¹



a-new-democracy/

Fonte: <https://ankhentertainmentone.net/2013/05/dr-angela-y-davis-speaks-truth-justice-and->

Nascida no dia 26 de janeiro de 1944, em Birmingham, estado do Alabama. O fato que a tornou famosa aconteceu em Marin County, estado da Califórnia, no dia 7 de agosto de 1970 onde ela foi acusada de fornecer as armas usadas pelos militantes dos Panteras Negras.

⁵¹ Sobre Ângela Davis, ver: <https://marconegro.blogspot.com.br/2006/01/ngela-davis.html>

Desde pequena Ângela revelou um alto grau de inteligência, e após destacar-se já no colegial conseguiu uma bolsa de estudo para estudar Literatura Francesa, em Nova Iorque, ficando hospedada na casa de um pastor branco progressista, em 1959. Em 1960, foi até Frankfurt, Alemanha, onde ficou dois anos, sendo aluna dos reconhecidos professores Theodor Adorno e Oscar Negt. Entre 1963 a 1964, ela foi privilegiada com aulas em Paris, na escola de Sorbonne, onde cursou Literatura.

No retorno aos Estados Unidos, Davis ainda continuou estudando, entrando na conceituada Universidade Brandeis, estado de Massachusetts, para fazer Filosofia. Terminado o curso ela retornou a Alemanha para fazer pesquisa de mestrado na Universidade de Califórnia, em San Diego, conseguindo o feito em 1968. Por influência de um professor, Herbert Marcuse, Ângela filiou-se ao Partido Comunista dos Estados Unidos. O ano era 1969, e ela acabou sendo discriminada na universidade, controlada por anti-comunista, sendo arbitrariamente proibida de ministrar aulas. A atitude deixou Ângela, revoltada, que acabou aumentando sua ligação com a militância política, onde passou a militar no SNCC Student Nonviolent Coordinating Committee (Comitê Conjunto de Não Violência dos Estudantes).

Tornou-se simpatizante do grupo político e social de combate ao racismo, Panteras Negras. O grupo foi uma opção atraente para ela, pois não tinha uma abordagem machista junto as militantes, diferente de outras organizações afro-americanas. Além disso, os Blacks Panthers, tinham uma ideologia de esquerda, a mesma que a dela. Atualmente, Ângela é professora do Departamento de História da Universidade da Califórnia, a mesma que a lhe negará a chance no passado.

Continua sua militância política de combate ao racismo e na defesa dos direitos das mulheres. Já esteve no Brasil por diversas vezes, convidada por organizações não-governamentais de mulheres negras. Além disso, a filósofa Davis, é escritora dos livros: *Women, Race and Class* (Mulheres, Classe e Raça) – sobre o movimento feminista; *If They Come in The Morning: Voice Of Resistance* (Quando Vier o Amanhecer: Vozes da Resistência) – que traz uma análise marxista da opressão racial dos Estados Unidos e o último é *Blues Legacies And Black Feminism* (O legado do Blues e o Feminismo Negro) – que retrata a contribuição das mulheres negras do início do século 20 para o

feminismo, principalmente através de cantoras como Billie Holiday e Bessie Smith.

Audre Lorde⁵²



Fonte: http://www.thefeministwire.com/wp-content/uploads/2014/02/51_PORT_1.jpg

Audre Lorde foi uma escritora americana de descendência caribenha, feminista lésbica e ativista na luta pelos direitos humanos. Escreveu romances que abordam temáticas como feminismo e opressão, além de direitos humanos. Sua obra poética foi publicada a partir da década de 60.

Os temas mais abordados em sua obra são amor, traição, nascimento, classe social, idade, raça, sexualidade, gênero e saúde, haja vista que veio a falecer devido a um câncer de mama. Sua poesia é um espaço também em que ela se afirma como lésbica e feminista negra. Lorde desafiou feministas brancas, questionando seu ponto de vista sobre questões raciais, e se tornou uma voz lésbica negra isolada dentro do movimento feminista, apontando as opressões a que as mulheres brancas submetiam as mulheres negras.

Sua poesia é forte e reflete conflitos internos e externos advindos de sua condição de mulher negra em uma sociedade marcada pelo machismo e pelo racismo. Nem dentro do movimento feminista ela tinha apoio, pois apontava as fragilidades desse movimento e a necessidade de se tratar de questões relativas à realidade das mulheres negras, que eram completamente ignoradas. Audre foi uma das precursoras do movimento feminista interseccional.

⁵² Sobre Audre Lorde ver: <https://www.geledes.org.br/a-poesia-de-audre-lorde/#gs.dDOaKZg>

bell hooks⁵³

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

Nascida Gloria Jean Watkins, ela tirou o nome "bell hooks" de sua bisavó materna, Bell Blair Hooks é assim mesmo, grafado em letras minúsculas, pois para bell: "o mais importante em meus livros é a substância e não quem sou eu". Para ela, nomes, títulos, nada disso tem tanto valor quanto as ideias.

bell hooks é uma escritora feminista norte-americana e ativista social. Na infância, estudou em escolas públicas para negros, pois nos EUA, ainda havia escolas que praticavam segregação racial. Na adolescência, quando passou para uma escola integrada, viveu a discriminação de ser minoria numa instituição onde tanto os professores quanto os alunos eram majoritariamente brancos.

De família numerosa, cinco irmãs, um irmão, pertencente ao que os americanos chamam de classe trabalhadora, bell hooks usou a própria vida, a vizinhança, a escola, como fontes dos seus primeiros estudos sobre raça, classe e gênero, sempre buscando nesses três elementos, os fatores da perpetuação dos sistemas de opressão e dominação. Ela publicou mais de trinta livros e vários artigos acadêmicos.

⁵³ Sobre bell hooks ver: <https://mardehistorias.wordpress.com/2009/03/07/bell-hooks-uma-grande-mulher-em-letras-minusculas/>

Frances M. Beal⁵⁴



Fonte: <https://hulshofschmidt.wordpress.com/2012/03/22/womens-history-month-2012-frances-m-beal/>

Nasceu em Binghamton, Nova York. Ela é uma feminista negra e ativista política. Suas experiências com anti-semitismo e racismo, inspiraram seu trabalho como ativista. Após a morte de seu pai, ela se mudou para St. Albans, um bairro integrado em Queens. Em 1958, ela começou a trabalhar no ativismo político com a NAACP.

Casou-se com James Beal, tiveram dois filhos. Eles viveram na França, de 1959 a 1966, quando ela participou da Sorbonne. Em 1968, co-fundou o Comitê de Libertação das Mulheres Negras da SNCC. Beal mais tarde se mudou para a Califórnia, e ela foi editora associada do *The Black Scholar* e escreveu para o *San Francisco Bay View*. Atualmente mora em Oakland.

Kia Lilly Caldwell⁵⁵



Fonte: <http://expertfile.com/experts/kialilly.caldwellphd>

É Ph.D. em Antropologia Social, atualmente ela é professora do Departamento de Estudos Africanos e Afro-Americanos da Universidade da Carolina do Norte. Ela é autora do livro "Negras in Brazil" em que discute questões como cidadania e políticas de identidade no movimento de mulheres

⁵⁴ Sobre Frances M. Beal ver: <https://www.poemhunter.com/frances-beal/>

⁵⁵ Disponível em: expertfile.com/speakers/render_pdf/kialilly.caldwellphd

negras em Belo Horizonte, um livro interessante para as pessoas que estudam a intersecção de gênero, raça e classe no Brasil.

Kimberlé Crenshaw⁵⁶



american-bar-foundation

Fonte:[http://thenewpress.com/news/new-press-author-kimberl%C3%A9-crenshaw-honored-by-](http://thenewpress.com/news/new-press-author-kimberl%C3%A9-crenshaw-honored-by-american-bar-foundation)

É uma professora de Direito na UCLA e Columbia School of Law referência na área de direitos civis, teoria jurídica, feminismo negro, raça e racismo. Seu trabalho foi fundamental em dois campos de estudo que passaram a ser conhecidos por termos que ela cunhou: Teoria da Raça Crítica e Interseccionalidade. Especialista em raça e igualdade de gênero, ela facilitou oficinas para ativistas de direitos humanos no Brasil e na Índia e também para juízes de tribunais constitucionais na África do Sul. Seu trabalho inovador sobre interseccionalidade foi influente na elaboração da cláusula de igualdade na Constituição da África do Sul.

⁵⁶ Sobre Kimberlé Crenshaw ver: <http://www.aapf.org/kimberle-crenshaw/>

Patricia Hill Collins⁵⁷



dz-patricia-collins.shtml

Fonte: http://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/diversao-e-arte/2014/07/26/interna_diversao_arte,439125/se-voce-acha-o-sistema-justo-vai-odiar-as-cotas

Nascida em 1 de maio de 1948 na Filadélfia, é uma renomada professora de Sociologia da Universidade de Maryland, College Park. Na graduação, estudou Sociologia na Universidade de Brandeis, formando-se em 1969. Ela obteve o título de mestre na Universidade de Harvard, em 1970. Ela obteve seu doutorado, em sociologia, em Brandeis, em 1984.

Ela também é a ex-chefe do Departamento de Estudos afro-Americanos na Universidade de Cincinnati, e ex-presidenta do Conselho da Associação Americana de Sociologia. Collins foi a 100ª presidenta da ASA, e a primeira mulher afro-americana a ocupar o cargo. Collins trabalha, principalmente, sobre feminismo e gênero dentro da comunidade afro-americana. Ganhou notoriedade por seu livro "Black Feminist Thought: Knowledge, Consciousness and the Politics of Empowerment", publicado originalmente em 1990.

A breve trajetória das feministas negras descrita acima revela que essas ativistas do feminismo negro ocuparam secretarias de governo; elaboraram programas governamentais voltados à população negra; lecionaram em universidades públicas e privadas; presidiram diversas entidades que buscam a igualdade social para a população negra, conseguiram financiamento de agências internacionais às suas ações; representaram o país em conferências internacionais, etc.

Essas ativistas negras, vinculadas tanto ao movimento negro quanto ao movimento feminista, desde o início da década de 1980 até meados da década de 1990 galgaram importantes posições no espaço político nacional. Outras

⁵⁷ Ver: <http://sociology.about.com/od/Profiles/fl/Patricia-Hill-Collins-Part-1.htm>

mais continuaram desde a chegada do século XXI representado as mulheres – negras e ou feministas – em outras atividades, cargos e representações institucionais, acadêmicas do(s) movimento(s) oficiais.