

As semioses do “tornar-se” negra em “Mulheres em Transição”

The semiosis of “becoming” a black woman in “Mulheres em transição”

Pablo Moreno Fernandes

Doutor em Ciências da Comunicação pela ECA-USP. Docente do Departamento de Comunicação Social da UFMG. Professor Permanente do PPGCOM UFMG. Vice-líder do Grupo de Pesquisa e Comunicação, Raça e Gênero (Coragem) e membro do Grupo de Estudos Semióticos em Comunicação, Cultura e Consumo (GESC3). E-mail: pablomoreno@gmail.com.

Dalila Maria Musa Belmiro

Doutoranda em Comunicação pela UFMG. Mestra em Comunicação Social pela PUC Minas e Bacharel em Publicidade e Propaganda pela PUC Minas - Poços de Caldas. É coordenadora do grupo de discussões online “Diálogos Interseccionais”. E-mail: dalilahelvetica@gmail.com

RESUMO

Este artigo discute o ato de assumir a identidade negra por meio da transição capilar representado na websérie *Mulheres em Transição*. Analisamos, a partir da semiótica peirceana, os capítulos das duas temporadas do conteúdo de marca veiculado pela Salon Line, por meio da marca Todecacho, verificando como a narrativa da websérie aborda cinco semioses sobre os cabelos crespos e cacheados: 1) negação dos cabelos naturais (semioses prévias); 2) início da transição capilar (primeira semiose apresentada); 3) transição capilar (segunda semiose apresentada); 4) reconhecer beleza nos cabelos naturais (terceira semiose apresentada); 5) motivar outras mulheres a aderirem ao uso dos cabelos naturais (semiose posterior). A análise aciona conceitos teóricos sobre a identidade das mulheres negras, em uma perspectiva interseccional para discutir o “tornar-se negra” a partir dos cabelos crespos e cacheados, em um contexto de centralidade do capitalismo e do consumo.

PALAVRAS-CHAVE: *Identidade; Mulheres negras; Cabelos crespos; Transição capilar; Racismo.*

ABSTRACT

This article discusses the act of to assume the black identity through capillary transition represented on the web series *Mulheres em Transição*. We analyze, starting from Peircean semiotics, the chapters of the two seasons of the branded content produced by Salon Line, through the brand Todecacho, verifying how the web series narrative approaches five semiosis

about the afro and curly hair: 1) denial of the natural hair (previous semiosis); 2) the beginning of the capillary transition (first semiosis presented); 3) capillary transition (second semiosis presented); 4) recognize the beauty on natural hair (third semiosis presented); 5) motivate other women to adhere to the use of natural hair (later semiosis). The analysis sets theoretical concepts about the identity of black women, in an intersectional perspective to discuss the “becoming a black woman” starting from afro and curly hair, in a context of centrality of capitalism and consumption.

KEYWORDS: *Identity; Black Women; Afro Hair; Capillary Transition; Racism.*

Submetido em 21 de Outubro de 2019

Aceito em 09 de Março de 2021

Introdução

“Ser negro é tomar posse desta consciência e criar uma nova consciência que reassegure o respeito às diferenças e que reafirme uma dignidade alheia a qualquer nível de exploração. Assim, ser negro não é uma condição dada a priori. É um vir a ser. Ser negro é tornar-se negro.” (Souza, 1983). A citação de Neusa Santos Souza inspira a investigação desse trabalho, que se debruça sobre a comunicação de produtos de beleza direcionados aos cabelos crespos e cacheados de mulheres negras, pensando em como a produção de sentido sobre eles foi, historicamente, objeto de apagamento dos signos de sua identidade (Menezes; Tuzzo; 2013).

Para a pensadora interdisciplinar e artista Grada Kilomba (2019), o cabelo crespo tornou-se importante marca de desvalorização por carregar em si um traço visível da negritude, até mesmo mais do que a cor da pele: “Uma vez escravizadas/os, a cor da pele de africanas/os passou a ser tolerada pelos senhores brancos, mas o cabelo não, que acabou se tornando um símbolo de “primitividade”, desordem, inferioridade e não-civilização. O cabelo africano foi então classificado como “cabelo ruim” (Kilomba, 2019, p. 127). No Brasil, mais de 130 anos após a abolição, os cabelos crespos continuam sendo elemento de resistência nas

relações sociais, seja no âmbito escolar, profissional e midiático – este último, foco de nossa discussão, especificamente nos discursos de promoção do consumo.

No caso dos produtos de beleza, o padrão prioriza cabelos lisos, em razão do repertório cultural negativo que se materializa nos cabelos crespos por conta do racismo. Segundo dados da empresa de cosméticos *L’Oreal*, em 2016, 56% das mulheres brasileiras possuíam cabelos crespos e cacheados (Freitas, 2016), um número muito próximo ao indicador da população negra do país, 53,9% (Censo Demográfico de 2010, IBGE, 2011). No entanto, 63% das mulheres com cabelos crespos e cacheados desejavam tê-los lisos, manifestando insatisfação com a textura natural dos seus cabelos. O dado indica que somente 37% das mulheres estão satisfeitas com seus cabelos naturais, comprovando a afirmação que abre este parágrafo e o pensamento de Kilomba (2019, p. 127): “negras e negros foram pressionadas/os a alisar o ‘cabelo ruim’ com produtos químicos apropriados, desenvolvidos por indústrias europeias. Essas eram formas de controle e apagamento dos chamados ‘sinais repulsivos da negritude’”.

Salon Line é uma marca originalmente especializada em produtos para o alisamento de cabelos crespos e cacheados. A partir do lançamento da extensão (Perez, 2017) com a linha Todecacho, em 2014, a marca direcionou boa parte de sua comunicação para o cuidado dos cabelos em suas texturas naturais, crespas e cacheadas. Todecacho utiliza, em sua comunicação, uma linguagem que valoriza a estética negra e o reconhecimento da beleza desses corpos, construindo valores positivos para o que tentou, historicamente, apagar: a negritude das mulheres negras consumidoras de seus produtos para alisamento.

Ao observar os diversos lugares de expressividade marcária (Perez, 2017) da *Salon Line*, deparamo-nos com a websérie “Mulheres em Transição”, conteúdo de marca veiculado para divulgar a linha Todecacho, que teve duas temporadas: a primeira, com nove episódios, foi ao ar em maio de 2017; a segunda, com oito episódios, foi lançada em dezembro do mesmo ano. Os episódios possuem duração média de seis minutos e trazem depoimentos de mulheres negras sobre transição capilar (Silva; Braga, 2015). Veiculados no Youtube da Todecacho e no

Facebook da *Salon Line* e da *Todecacho*, a websérie reforça a estratégia multimarca da *Salon Line*, discutida também em Moreno Fernandes & Belmiro (2018; 2021). Destacamos os altos índices de audiência da produção: no Facebook, a segunda temporada teve mais de 5,6 milhões de visualizações, enquanto a primeira teve mais de 2,68 milhões; no Youtube, a segunda temporada teve mais de 3,14 milhões de visualizações e a primeira chegou a mais de 1,04 milhão.

Nosso objetivo é verificar, a partir da semiótica Peirceana, os processos de semiose construídos na narrativa da websérie que ressignificam os cabelos lisos como padrão de beleza e o assumir os cabelos crespos como processo de assumir suas identidades. Compreendemos a semiose como processo de produção de sentido dos fenômenos (Santaella, 2018) em seus três elementos formais compreendidos por Peirce (1931). Justificamos a pertinência da teoria semiótica como método a partir das palavras de Lucia Santaella (2018, p. 5): “a teoria semiótica nos permite penetrar no próprio movimento interno das mensagens, no modo como elas são engendradas, nos procedimentos e recursos nela utilizados”. O acesso ao movimento interno das mensagens, o repertório cultural sobre o racismo – e suas estruturas – manifestado pelos cabelos crespos, nos leva ao encontro com a teoria interseccional, a partir dos signos evidenciados pela análise semiótica dos episódios da série. A semiótica é útil ao trabalho porque:

Permite-nos captar seus vetores de referencialidade não apenas a um contexto mais imediato, como também a um contexto estendido, pois, em todo processo de signo, ficam marcas deixadas pela história, pelo nível de desenvolvimento das forças produtivas econômicas, pela técnica e pelo sujeito que a produz” (Santaella, 2018, p. 5).

A referencialidade que a análise semiótica convoca nos demanda a interpretar os atributos sobre a constituição da identidade de mulheres negras em uma perspectiva interseccional (Crenshaw, 1991). Para isso, recorreremos a pesquisadoras que estudam as complexidades entre gênero, raça e classe para debater os atributos que emergem dessa análise. Assim, recorreremos a pesquisadoras do campo comunicacional que utilizam a teoria

desenvolvida pela advogada estadunidense Kimberlé Crenshaw. Corrêa et al. (2018, p. 154) refletem sobre o uso comunicacional da interseccionalidade: “A interseção entre as múltiplas identidades subjugadas é fundamental para pensarmos no lugar social ocupado pelos sujeitos em suas trocas comunicativas, na construção de suas identidades e no reconhecimento das identidades dos outros”. A perspectiva das autoras é útil para refletir sobre as construções da identidade das mulheres negras por meio dos depoimentos, pois: “essas identidades atribuem significados e sentidos às falas dos sujeitos, revestindo-as de (des)legitimidade discursiva conforme o lugar que ocupam na teia da realidade social” (Corrêa; Guimarães-Silva; Bernardes; Furtado, 2018, p. 154).

Temos, em “Mulheres em Transição”, um exemplo de como as marcas passam a disputar a atenção de consumidores na contemporaneidade: “tem sua mensagem construída com forte presença de elementos persuasivos, trazendo também – praticamente em mesma proporção – o aspecto do entretenimento” (Viana, 2018, p. 197). A natureza híbrida (Covaleski, 2013) de “Mulheres em Transição” se dá, além da estrutura seriada, pelo uso da linguagem do cinema documental. Os episódios trazem depoimentos, gravados sob o mesmo cenário, variando entre paisagem do Rio de Janeiro e de São Paulo, dependendo da entrevistada. O hibridismo com o cinema aparece também na inserção do nome da marca na tela de abertura. No encerramento dos episódios, quando as participantes são apresentadas com os produtos da marca, aproxima-se mais da publicidade.

O processo de assumir os cabelos crespos na série passa por cinco etapas, que consideramos como cinco semioses, processo que segundo Peirce (1931, CP¹ 5.484, tradução nossa) consiste na “cooperação entre três tópicos, tais quais um signo, seu objeto e seu interpretante, não sendo essa influência tri-relativa solucionável entre pares”. As cinco etapas, conforme nossa leitura dos episódios consistem em: 1) negação dos cabelos naturais (semioses

¹ A sigla CP corresponde a *Collected Papers of Charles S. Peirce*. Os números que vem em seguida indicam o volume e o parágrafo da obra referenciada.

prévias); 2) início da transição capilar (primeira semiose apresentada); 3) transição capilar (segunda semiose apresentada); 4) reconhecer beleza nos cabelos naturais (terceira semiose apresentada); e 5) motivar outras mulheres a aderirem ao uso dos cabelos naturais (semiose posterior). Ainda que cada participante passe pelas etapas em ritmos distintos, por serem mulheres em idades diferentes, classes sociais distintas, tons de pele diversos e texturas variadas nos cabelos, percebemos que todos os episódios apresentam as cinco fases.

Nas etapas, o que chamamos de semiose anterior é a experiência de vida dessas mulheres com a negritude, baseada na inserção em uma sociedade racista, que produziu sentidos de que os cabelos crespos são feios, malcuidados, ruins, de difícil manuseio, duros e – por esses e tantos outros interpretantes – indesejáveis (Gomes, 2019). Estes interpretantes chegam às mulheres como signos da própria vida, relatada na etapa um, quando essas adotam os processos de alisamento dos cabelos. Em função disso, esses signos, materializados nos próprios cabelos, levam as participantes à etapa dois, primeiro processo de semiose apresentado na série, quando essas mulheres relatam os motivos pelos quais se submetiam aos processos de alisamento.

1. Negação: Cabelos alisados como signo de opressão

A publicidade de produtos de beleza e o sistema da moda atuam na produção de conhecimento prévio compartilhado sobre o consumo como elemento sociocultural, dada a centralidade do capitalismo, por meio dos movimentos de transferência de significado, como nomeados por McCracken (2010). Aqui, chamamos essa transferência de significado de semioses anteriores. Elas não são apresentadas na websérie, mas seus interpretantes aparecem como signo da primeira semiose, em razão de sua natureza ilimitada (Souza, 2006), a partir da observação colateral, entendida como “conhecimento prévio daquilo que o signo denota” (Peirce, 1931, CP 8.179, tradução nossa).

Todas as entrevistadas relatam que se submetiam a processos de alisamento para se adequarem a um padrão que considerava os cabelos lisos bonitos e aceitáveis: “A fuga de uma realidade discriminatória, construída ao longo de um processo histórico e cultural baseado num passado escravista, leva o brasileiro ao escamoteamento do seu pertencimento ou de suas origens étnico/raciais” (Gomes, 2019, p. 315). É recorrente a fala de que o processo de alisamento era corriqueiro: os cabelos crespos são vistos como signo de exclusão, opressão, silenciamento e de violências de natureza muito diversas. Somado a isso, a falta de modelos de beleza com os cabelos crespos e cacheados nos sistemas da publicidade e da moda reitera a observação colateral: “É a tentativa de se aproximar do tipo estético ideal, visto como representante da superioridade étnica, valorizado e aceito socialmente, a saber, o branco. No Brasil, o branco não é somente uma referência social, mas também estética” (Gomes, 2019, p. 315).

Pensando na publicidade, 16% das mulheres representadas nos anúncios são negras (Heads, 2018), número substancialmente inferior à população negra no país. A história da publicidade brasileira se cruza com o racismo, quando negros – ainda no período escravocrata – apareciam nos discursos da publicidade como produto anunciado: “A análise das diferentes leituras sobre o processo de coisificação do escravo pode nos dar pistas para compreender algumas raízes históricas do conflito identitário de rejeição/aceitação vivido pelo negro brasileiro dos dias atuais” (Gomes, 2019, p. 151). Após a abolição, negros desaparecem dos discursos de promoção do consumo, não sendo representados como sujeitos desse gênero comunicacional, em razão dos processos de exclusão que os colocaram às margens da sociedade: “Esse conflito, hoje, apesar de não mais passar pela reversão de um quadro de coisificação social, é alimentado pela condição social, econômica e política imposta ao negro brasileiro” (Gomes, 2019, p. 151). Negros começam a aparecer como sujeito nos discursos de promoção do consumo somente a partir do fim do século XX (Sodré, 2015), e isso demonstra a lógica racista em que pessoas negras não integram a sociedade: “Ter o status de sujeito

significa que, por um lado, indivíduos podem encontrar e se apresentar em esferas diferentes de intersubjetividade e realidades sociais, e por outro lado, podem participar em suas sociedades.” (Kilomba, 2019, p. 74).

A naturalidade dos processos de alisamento ilustra a presença destes nos ambientes familiares, desde gerações anteriores. Questões de aceitação atreladas à raça fazem com que negros reproduzam o racismo, na tentativa de negar sua identidade (Souza, 1983). Priscila (Temporada 1, Episódio 6²), apesar não ser submetida a processos de alisamento por sua mãe, relata que ouvia de sua avó que o cabelo crespo solto era feio e que deveria ficar sempre amarrado. Isso ilustra a força de semioses prévias, construídas a partir dos sistemas culturais, que fazem com que as próprias famílias submetam as filhas a procedimentos de alisamento, na intenção de diminuir seu sofrimento com o racismo, em razão de seu fenótipo ou, nas palavras de Kilomba (2019, p. 128), “esse processo de ter de fabricar sinais de branquitude, tais como cabelos alisados, e encontrar padrões brancos de beleza, a fim de evitar a humilhação pública é bastante violento”. Martinha, mãe de Alessandra, que também protagoniza o episódio (t1e8), relata que, na juventude, alisava o cabelo por ver anúncios publicitários de mulheres com cabelos lisos e desejar ter o seu assim. A ideia de um padrão de beleza constrói interpretantes nos quais as mulheres negras não sejam vistas como belas pelas próprias famílias. Gabriela e Beatriz (t1e4), assumiram o cabelo crespo após o falecimento do pai e da mãe, quando foram morar com uma tia, Luiza. Elas mencionam que a identidade das mulheres negras é construída pela sociedade, a partir de um padrão que tende desprezar a múltiplas formas que esta pode assumir.

A memória afetiva relacionada ao cabelo no período infantil é negativa, como se percebe na fala de Juliana (t1e2), sobre o fato de sua mãe arrumar seu cabelo na forma natural para ir à escola, mas não se sentir bonita, a ponto de começar a arrancar os fios com as próprias mãos. O processo de alisamento surge como opção para interromper a automutilação, por

² Doravante, abreviaremos temporada por *t* e episódio por *e*.

recomendação da madrinha. Andréa Lopes (t2e1) relata uma lembrança marcante da infância, quando ia à escola, em que sua mãe puxava seu cabelo para prendê-lo. Isabelle (t2e6) conta que os produtos para alisamento do cabelo foram presentes em sua vida desde a infância, visto que sua mãe é cabeleireira.

Jéssica (t2e7) relata episódios de discriminação dentro da própria família, pelo fato de seu pai ser negro. A jovem conta que, apesar de possuir a pele mais clara e os cabelos mais cacheados, passava pelos processos de alisamento por decisão de sua mãe que, posteriormente, assumiu alisar os cabelos da filha para que ela não sofresse com o racismo. A participante que encerra a segunda temporada, Jéssica (t2e8), conta que ouvia dos próprios familiares que deveria arrumar um namorado de cabelo liso para salvar a família, apontando como a mestiçagem também é um valor cultural de apagamento da negritude, em consonância com o pensamento eugenista que vigorou no Brasil durante muito tempo (Stepan, 2004).

O debate sobre a mestiçagem no Brasil apresenta a dualidade de aceitação e negação ligada ao racismo. Joel Zito Araújo (2008) discute que no período final escravocrata, o mestiço era visto como uma degeneração e o relacionamento entre brancos e negros era considerado abominável. Posteriormente, a miscigenação aparece como opção, por meio de políticas eugenistas, para clarear a pele do povo brasileiro (Stepan, 2004). Segundo Araújo (2008, p. 983), apesar dos discursos de valorização e exaltação do mestiço, a miscigenação “nunca deixou de ser vista como um estado de passagem das ‘raças inferiores’ para a raça superior branca”. Assim, quando a própria família de uma das entrevistadas coloca a mestiçagem como opção para a salvação, também comprova a existência de semioses anteriores que atribuem à negritude valores negativos, gerando opressões e o desejo de negar para pertencer.

O ambiente escolar também é lugar para reforço do racismo (Cavalleiro, 2005), produzindo interpretantes negativos sobre os cabelos crespos. Thainá (t1e3), a participante mais jovem, relata que mudou de escola por conta dos comentários que recebia sobre os cabelos crespos e que os alisava por pressão dos colegas, não por uma escolha individual.

Juliana (t1e2) afirma que sua professora de balé associava o cabelo cacheado solto a bagunçado ou descuidado. As falas sobre os ambientes escolares ilustram o duplo vínculo do racismo brasileiro, como coloca Sodré (2018), o fato de não haver ofensas pela cor da pele não significa que não haja racismo.

Muitas entrevistadas relatam que ouviam em casa que os cabelos eram bonitos e que eram naturais. Porém, na escola, eram ridicularizadas por eles, traço da ambiguidade do racismo brasileiro. Os efeitos seguem acompanhando essas mulheres ao longo da vida adulta, inclusive no ambiente profissional. Simone (t2e2) afirma que pensava que o cabelo liso proporcionaria mais oportunidades e que o utilizava como forma de não chamar tanta atenção no ambiente corporativo, sendo menos percebida como diferente. Há aqui novamente o duplo vínculo: o medo de perder o emprego ao assumir os cabelos naturais mostra como a cor da pele não é diretamente utilizada para excluir (negação), mas o medo de consequências pela escolha do penteado afro funciona como um sinalizador das associações dos fios crespos com pontos negativos.

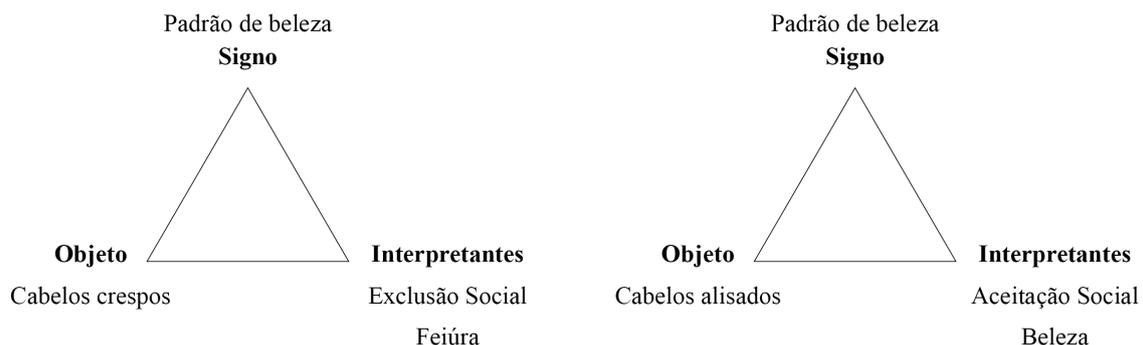
A não aceitação dos cabelos naturais no mercado de trabalho, chegando a associá-los à falta de cuidado e de higiene, é abordada por Kilomba (2019, p. 125): “A preocupação das pessoas brancas com a higiene da mulher negra revela, por um lado, o desejo branco de controlar o corpo negro; e, por outro lado, o medo branco de ser sujado por aquele corpo”. Grada Kilomba relata a experiência de Alicia, uma mulher que assume as texturas naturais de seus cabelos, mas que também faz coro à experiência de todas as participantes de “Mulheres em Transição”.

Uma das participantes, Ornélia (t1e1), coloca a questão do alisamento como algo de identidade nacional, em razão de processos coloniais. Do Benim, residente no Brasil, ela declara que a mulher africana é muito vaidosa e versátil quando se trata dos cabelos, mas o cabelo em sua forma natural não é bem aceito em seu país. Por esse motivo, ela sempre usou

tranças e alisamentos, na intenção de tentar apagar seus fenótipos, naturalizando as alterações para atingir um padrão vindo de outro lugar.

Temos, portanto, que os signos das semioses anteriores atuaram sobre a identidade dessas mulheres, levando-as a negar a si. Eles transferiram para os cabelos crespos esses significados e os processos de alisamento são formas de torná-los objeto que materializem interpretantes de aceitação social, adequação a um padrão de beleza. Dessa forma, ilustramos as semioses vivenciadas pelas mulheres da seguinte forma (Figura 1):

Figura 1 – Quadro de semioses dos cabelos crespos e dos cabelos alisados representados na primeira fase do discurso das participantes de “Mulheres em Transição”.



Fonte: elaboração própria

O processo de semiose à esquerda (Fig. 1) evidencia o que os signos dados pela vida cotidiana produziram na vida dessas mulheres. A partir disso, elas buscaram o alisamento para se adequar ao padrão, na busca de vivenciar os interpretantes da representação à direita. Percebemos, como afirma Sodré (2018, p. 12), que “o racismo brasileiro ou a ‘racial-democracia’ nacional tem a sua especificidade: aboliu-se política e juridicamente o sistema de subordinação direta do corpo sequestrado, mas permanece a forma social correspondente”.

Especificamente no caso das mulheres, uma das violências da opressão racial manifesta-se nos cabelos, o que nos leva a pensar em sua natureza interseccional.

Kimberlé Crenshaw concebeu o conceito interseccionalidade com o objetivo de “ilustrar que muitas das experiências que mulheres negras enfrentam não estão subordinadas com os tradicionais limites das discriminações de raça ou de gênero” (CRENSHAW, 1991, p. 2, tradução nossa). Para ela, olhar para essas dimensões separadamente não permitia a devida compreensão desses fenômenos sobre a vida, demandando um ponto de vista que as colocasse em um contexto de interação para compreender as violências às quais as mulheres negras são submetidas.

Carla Akotirene (2018, p. 54) explica que a interseccionalidade atua como sensibilidade analítica que “impede reducionismos da política de identidade – elucida as articulações das estruturas modernas coloniais que tornam a identidade vulnerável, investigando contextos das colisões e fluxos entre estruturas, frequência e tipos de discriminações”. A autora explica que Crenshaw “propõe a desessencializar a identidade sem deixar de explicar as estruturas modeladas nesta identidade, produtoras de contextos aprimorados, adiante, pela exclusão política, silenciamento e discriminação” (Akotirene, 2018, p. 59), compreendendo a multiplicidade desses sujeitos, mas avançando na percepção de que o cruzamento de identidades explica o lugar em que esses sujeitos se inserem no mundo.

A teoria interseccional oferece uma importante compreensão acerca da afirmação da identidade de mulheres negras como resistência. Alvo de, ao menos, dois tipos de opressão, em razão de gênero e de raça, elas têm, na afirmação de sua identidade, um lugar de resistência desde o nascimento, sem possibilidade de desfrutar privilégios por isso. A opção para diminuir as violências oriundas dessa opressão manifesta-se no apagar das marcas da negritude.

A narrativa dos episódios de “Mulheres em Transição” apresenta uma segunda semiose. O processo de assumir os cabelos naturais, dando início à transição capilar, é abordado pelas participantes como possibilidade de enfrentar o padrão vigente.

2. Assumir: transição capilar como signo de resistência

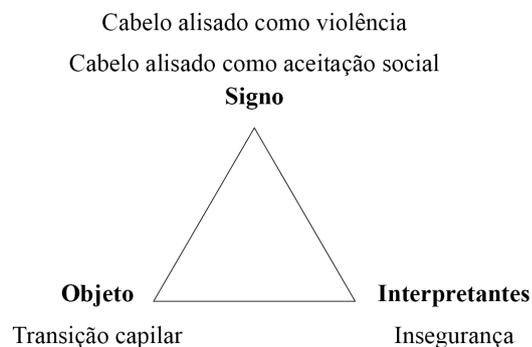
A segunda semiose, por tratar de signos cujos interpretantes ainda não foram consolidados para as mentes interpretadoras que os recebem, manifesta-se pela insegurança no início da transição capilar. Conforme relatado por elas, os processos de alisamento, além da aceitação social, representavam uma violência contra si, seja física, seja simbólica. A violência simbólica manifesta-se no cansaço em relação aos processos de alisamento e na incapacidade de se conhecer por não saber a textura natural dos cabelos. A violência física é em razão de cortes químicos, quando os cabelos caem pelo uso de produtos alisantes, como relatados por Liah (t1e7), que passou pela experiência enquanto buscava o cabelo liso ao longo da vida. Alessandra (t1e8) também relata um corte químico por reação alérgica a um medicamento, que a motivou a iniciar a transição capilar. Simone (t2e2) fala sobre uma reação alérgica aos alisantes, que a levou para a transição. Gabriela e Beatriz (t1e4) relatam que o processo de corte do cabelo modificado pela química (*Big Chop*) foi traumático. Beatriz relata que não gosta de tesoura e que não se sente bem quando precisa cortar o cabelo por não ter se reconhecido ao cortar os cabelos alisados, passando por esse processo de descobrir sua identidade de forma tão brusca.

As participantes iniciam a transição capilar, que consiste em descobrir os cabelos naturais, por meio do abandono do alisamento. Soares (2018, p. 53) conceitua a transição capilar como “ressignificação de cabelos que eram quimicamente alisados e o retorno ao cabelo natural”. A autora explica que o processo demanda a espera pelo “crescimento de um cabelo totalmente novo, o que acarreta, por exemplo, o ‘problema das duas texturas’, qual seja: o contraste entre a parte alisada e o cabelo novo que cresce na raiz” (idem).

Um momento da transição capilar envolve o corte dos fios longos, cujas texturas estão afetadas pelos processos químicos. Ele é chamado de *Big Chop*, quando se cortam os cabelos em

um tamanho curto ou os raspam, sem precisar conviver com a textura natural e a alisada, concomitantemente. Nos relatos sobre *Big Chop*, observamos como os depoimentos da websérie associam a transição capilar ao empoderamento, compreendido como lógica processual. Por meio do relato das incertezas envolvidas na transição, as mulheres abordam os cabelos como objeto para a produção de interpretantes de insegurança (Figura 2).

Figura 2 – quadro de semioses dos cabelos em transição



Fonte: Elaboração própria

Tomando o empoderamento como “uma gama de atividades, da assertividade individual até a resistência, protesto e mobilização coletivas, que questionam as bases das relações de poder” (Sardenberg, apud Berth, 2018, p. 16), compreendemos como a estética foi explorada para subjugar grupos oprimidos, já que esses padrões, por muito tempo, não contemplaram pessoas negras. “Devemos sim chamar esses movimentos de resistência, pois o são ao disputar em um campo tomado pelo poder branco dominante que detém os mecanismos necessários para articular e influenciar multidões de cidadãos e cidadãs: os meios de comunicação” (Berth, 2018, p. 97). Empoderamento não se resume a questões estéticas, pois o processo de aumento de autoestima e autoconfiança vem acompanhado de outras dimensões de envolvimento social e político, externalizados – também – a partir da forma de se apresentar no mundo: “o apelo à

beleza negra inspira atenção, pois não somente pode promover a autoestima, mas pode falar de corpos segregados que, por vezes, tomam o corpo do outro como ideal.” (GOMES, 2019, p. 301).

Há quem critique o uso do empoderamento sob perspectiva econômica. Porém, cabe elucidar que, em um regime capitalista, o acesso ao dinheiro e aos bens de consumo define a participação dos sujeitos na sociedade, afetando também em sua percepção como cidadãos (Canclini, 2008). Historicamente, os indicadores sociais do Brasil apontam quem tem acesso às benesses do capitalismo: as pessoas brancas. Como afirma Berth (2018, p. 59): “É uma estratégia de dominação e aniquilamento de mobilidade social manter grupos explorados longe dos confortos e das benesses que o capitalismo proporciona – e isso tem sido feito há séculos”.

Quando uma marca oferece produtos às pessoas negras, reconhece o potencial de consumo e, em um contexto de centralidade do capitalismo, reconhece sua humanidade. Isso contribui para que sejam vistos como sujeitos – ainda que sujeitos consumidores. Pensar na dimensão econômica do empoderamento é um caminho para se tensionar as estruturas racistas do Brasil, por exemplo, observando as estratégias históricas de apagamento de negros nos discursos de promoção do consumo em semioses anteriores que constituíram as bases socioculturais vigentes.

Berth (2018) recorre ao poder em Hannah Arendt (que considera seu caráter coletivo, legitimado com o aval da coletividade) e aos estudos sobre o deslocamento do poder de Estado de Michel Foucault (de uma visão estatal, para a estrutura social e as relações de poder, discutindo a biopolítica do poder) para afirmar que aquilo que se desenvolve no processo de empoderamento passa por autoaceitação, autoavaliação e autoconhecimento da própria história e de suas características culturais e ancestrais, historicamente negadas ou inferiorizadas.

Muitas mulheres relatam que, ao realizar o *Big Chop*, colocaram tranças e apliques ou usaram turbantes para lidar com a autoestima abalada – em muitos casos, por fatores externos – passando a lidar novamente com a negação da identidade. Daniela (t2e4) aderiu às tranças e

conta que chegou a tirá-las em um primeiro momento, mas voltou a usá-las. Quando as tirou, passou a se descobrir, conforme aprendia a cuidar dos cabelos.

Márcia (t2e5) conta que, ao cortar os fios alisados e se olhar no espelho com o cabelo natural, viu outra pessoa, não se reconhecia. Os lenços e turbantes integraram processo de aceitação, sendo fundamentais. Chama a atenção o fato de a mulher não se reconhecer justamente quando olha para seu rosto sem o cabelo com as texturas alisadas. A partir daí, opta por esconder os fios curtos para aceitar seus traços, em um processo de descoberta de uma beleza até então desconhecida.

É recorrente também a fala das participantes sobre questionamentos sobre a beleza do cabelo natural, aumentando as inseguranças em relação ao processo de transição capilar. A natureza ofensiva desses questionamentos demonstra os exercícios de poder acionados em um processo de empoderamento: “respostas de desaprovação a tal definição e revelam a ansiedade branca sobre perder o controle sobre a/o colonizada/o” (Kilomba, 2019, p. 127). Priscila (t1e6) revela que a transição capilar a ajudou a reencontrar sua identidade, uma vez que ela não se reconhecia ao se olhar no espelho. A descoberta da negritude a partir dos cabelos é um exercício de libertação e de encontro com uma identidade aprisionada nos cabelos lisos. “Existe, portanto, uma relação entre a consciência racial e a descolonização do corpo negro, bem como as ofensas racistas e o controle do corpo negro” (Kilomba, 2019, p. 128). A ausência de conhecimento sobre a textura natural do cabelo nos leva a refletir sobre a incapacidade que muitas mulheres têm de se reconhecer.

A aprovação dos parceiros amorosos também é recorrente, demonstrando como o processo, mesmo que envolva o empoderamento, ainda passa por valores patriarcais e da aprovação de outros. Andréa Lopes (t2e1) relata que ao decidir pelo *Big Chop* conversou com seu namorado, porque o apoio dele fortaleceria sua decisão. Apoiada por ele, realizou o corte e, após o procedimento, também foi apoiada no enfrentamento das inseguranças do processo.

Nesta segunda semiose percebemos como a transição capilar configura a emergência da identidade negra. O processo de empoderamento dá-se pela afirmação dessa negritude, questionada por meio do duplo vínculo do racismo (Sodré, 2018): nega a associação direta dos cabelos naturais à negritude, mas atribui a eles valores negativos (rejeição no mercado de trabalho e falta de cuidado) sem precisar citar a natureza racial da crítica.

Por meio da negação da identidade, as participantes buscam ferramentas para confrontar a violência do padrão de beleza a partir de valores estéticos ancestrais e culturais tão silenciados quanto os cabelos crespos naturais. Assim, o empoderamento, surge como instrumento de emancipação político-social que não se propõe a traçar um padrão estético negro único ou específico. Pelo contrário, contribui para que as individualidades estéticas de cada mulher negra possam ser reconhecidas e exaltadas.

Empoderar, dentro das premissas sugeridas é, antes de mais nada, pensar em caminhos de reconstrução das bases sociopolíticas, rompendo concomitantemente com o que está posto entendendo ser esta a formação de todas as vertentes opressoras que temos visto ao longo da história (Berth, 2018, p. 16).

A percepção acerca dessa segunda semiose manifesta-se nesses momentos, quando as mulheres assumem o processo da transição capilar e vão descobrindo a própria beleza, encontrando força para enfrentar opressões nas famílias, no ambiente profissional e no escolar. Esse momento contribui para a reconstrução dos interpretantes vigentes, buscando atribuir novos sentidos aos cabelos naturais. A negritude materializada no cabelo crespo (objeto) como interpretante de algo negativo ganha outros sentidos (cabelo crespo como objeto que conduz os interpretantes de enfrentamento) e leva esse signo a interagir com o mundo culturalmente constituído a partir do seu contato com outro objeto.

Consolidado o segundo processo de semiose, os interpretantes sobre a insegurança são a base para início de um terceiro movimento dos signos. A insegurança como signo de descoberta, manifestada nos cabelos crespos e cacheados produz interpretantes de afirmação

de uma identidade, da reescrita da própria história, enfrentando traumas anteriores. Nascem aí novos interpretantes, dando início à terceira semiose, na qual os cabelos crespos passam a ser vistos como bonitos e objeto de produção de interpretantes de empoderamento e confiança.

3. Reconhecer: Cabelos crespos como signo de empoderamento

Neste momento, os cabelos estão crescidos e as mulheres passaram a enxergar beleza nos fios naturais, reconhecendo-se de forma até então nunca vista. Muitas participantes relatam que a transição capilar fez com que elas descobrissem uma nova identidade. O empoderamento passa a ser presença recorrente no discurso, que dispensa elogios ou comentários externos, para afirmar que se acham bonita daquela forma. Vemos aí que os cabelos crespos são objeto que representa empoderamento, atuando como modelo para encorajar outras mulheres que ainda não tenham entrado no processo de transição capilar. Nessa etapa, é possível perceber que a narrativa passa a explorar valores como autoconhecimento e aceitação. Andréa Lopes (t2e1) fala sobre o cabelo natural e que se orgulha de olhar no espelho e se ver hoje como uma mulher bonita. Izabelle (t2e6) relata o quanto se sente bem com a descoberta de si própria proporcionada pelos cabelos cacheados.

As irmãs Gabriela e Beatriz (t1e4) afirmam que o processo de transição mudou até suas personalidades. Com os fios naturais, elas dizem se sentir mais confiantes com a própria aparência e, ao se olharem no espelho, se sentem maravilhosas. Liah (t1e7) afirma que o processo de descoberta dos cabelos crespos a permitiu aceitar a textura como forma de expressão. Para ela, a descoberta dos cabelos crespos ao longo da transição foi significativa, pois, enquanto o cabelo crescia, acreditava que seria cacheado. Ela fala sobre o ato de resistência que é encontrar coragem para enfrentar o processo, em função do desconhecimento da textura do cabelo.

A partir do empoderamento e da afirmação da identidade, outras pessoas, inclusive familiares, passam a se interessar e aderir à transição capilar. Simone (t2e2) se emociona ao dizer que sente orgulho de ser exemplo para a filha, que usa o cabelo natural, sem se submeter a alisamentos. Ainda na esfera das relações familiares, Jéssica (t2e7), participante que tem a pele mais clara e os cabelos com cachos mais abertos conta que seu pai, um homem negro, disse ter se reconhecido nela pela primeira vez quando a viu com os cabelos naturais.

Os cuidados com os fios crespos e cacheados também compreendem um processo de descoberta acerca do cuidado consigo, que afeta até mesmo na forma como elas se posicionam no mundo. Luiza (t1e5), tia de Gabriela e Beatriz, fala sobre sua atuação como cabeleireira e menciona sua percepção sobre a evolução da sociedade ao permitir que as mulheres negras usem os cabelos naturais e destaca isso como um avanço em relação à sua juventude. A última participante, Jéssica (t2e8), aborda a falta de representatividade de mulheres de cabelos crespos e cacheados na mídia. Ela cortou o cabelo por conta própria e relata a sensação de poder molhá-lo sem se preocupar com a mudança das texturas. Ela destaca a importância do aumento de referências de belezas negras e, ao apresentar fotos, fala sobre processos de reconhecimento, alegando não se reconhecer naquela pessoa representada nas imagens.

Shirlena (t2e3) conta que descartou todas as fotos da infância por não se reconhecer nelas. A participante destaca uma questão muito abordada pelo feminismo negro: a mulher negra como ideal de força. Isso serve para desumanizá-las, negando o direito de ser sensível. A isso também está associado o processo escravocrata, não só no Brasil, como ilustra o depoimento de Sojourner Truth, militante pelos direitos abolicionistas nos EUA, proferido em uma intervenção na Convenção pelos Direitos da Mulher, em Ohio, em 1851:

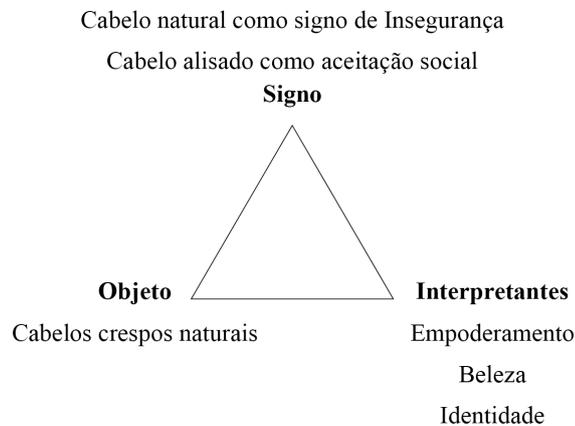
Ninguém jamais me ajudou a subir em carruagens, ou a saltar sobre poças de lama, e nunca me ofereceram melhor lugar algum! E não sou uma mulher? Olhem para mim? Olhem para meus braços! Eu arei e plantei, e juntei a colheita nos celeiros, e homem algum poderia estar à minha frente. E não sou uma mulher? Eu poderia trabalhar tanto e comer tanto quanto qualquer homem – desde que eu tivesse oportunidade para isso – e

suportar o açoite também! E não sou uma mulher? Eu pari treze filhos e vi a maioria deles ser vendida para a escravidão, e quando eu clamei com a minha dor de mãe, ninguém a não ser Jesus me ouviu! E não sou uma mulher? (Trutj, 1851, Tradução de Pinho).

A partir da citação de Truth e da fala de Shirlena sobre o imaginário de força atribuído às mulheres negras, reconhecemos – novamente sob a perspectiva interseccional – que elas são submetidas a opressões específicas e desumanizantes, inclusive no que se refere a padrões de beleza.

Os interpretantes produzidos nessa terceira semiose indicam que essas mulheres, a partir do contraponto entre os dois signos, o cabelo natural como signo de insegurança e o cabelo alisado como signo de aceitação social, estabelecem uma experiência colateral (Peirce, 1931, CP 8.178), na qual a relação entre os cabelos crespos naturais é determinada pelo segundo signo, não mais pelo primeiro, levando à produção de interpretantes que o colocam em condição de empoderamento (Fig. 3): “reconhecer a existência de uma beleza negra remete à percepção da alteridade, à construção das identidades, aos conflitos entre os diferentes padrões estéticos oriundos dos povos da diáspora africana e o padrão ocidental.” (Gomes, 2019, p. 300).

Figura 3 – quadro de semiose dos cabelos crespos após a transição capilar



Fonte: Elaboração própria

Esses interpretantes apontam para um momento posterior, dada a natureza ilimitada da semiose. Nela, os cabelos crespos vão surgir, como signo de empoderamento, de beleza, apontando que as mulheres que passaram pela transição capilar tiraram dos fios crespos os sentidos negativos. Elas se apresentam à audiência como modelo a ser seguido, colocando sua experiência como signo de afirmação da identidade negra (Dos Santos, 2015) reconhecendo o que afirma Kilomba (2019, p. 127): “o cabelo tornou-se o instrumento mais importante da consciência política entre africanas/os e africanas/os da diáspora”.

As mulheres entrevistadas afirmam sua beleza, ainda que esta não seja majoritariamente representada pela mídia como padrão. No contexto racista e capitalista, o consumo também pode ser político, tal qual a transição capilar. Os cabelos crespos e cacheados são “[...] políticos e moldam a posição de mulheres negras em relação a ‘raça’, gênero e beleza.” (Kilomba, 2019, p. 127). O relato das participantes busca inspirar outras mulheres a se reconhecerem no processo relatado, produzindo novos interpretantes que conduzem a uma pluralidade de identidades possíveis, que passa a contemplar a beleza da mulher negra. Essas mulheres, como explica Souza (1983), tornaram-se negras ao assumirem seus cabelos.

Considerações finais

A narrativa de “Mulheres em Transição” apresenta processos de semiose que passam da submissão a um padrão, à resignificação por meio da adoção dos fios crespos em suas texturas naturais e finaliza apontando como exemplos as mulheres que realizaram a transição. Os depoimentos visam contribuir para a emergência de uma pluralidade de padrões de beleza, ao passo que colocam os produtos da *Salon Line* como alternativa para quem faz o processo.

Ao contrário do que se possa inferir, nosso trabalho não adota um tom celebratório da marca. Temos consciência de que o objetivo de *Salon Line* é o lucro e que as semioses apresentadas em “Mulheres em Transição” não objetivam inclusão social ou quebra de paradigmas somente pelo interesse de combater o racismo. Sob esta perspectiva, compreendemos o quanto produções como essa contribuem para a emergência de identidades plurais, apesar das contradições do consumo. Ao produzir uma websérie documental, a *Salon Line* expressa seus valores institucionais por meio da representação de mulheres negras, assumindo-as como público consumidor da marca. As identidades compartilhadas pelas participantes impactam ao promover visibilidade para negritude, embutida nos interpretantes dos fios crespos.

Ao incentivar o processo de transição capilar, por meio da oferta de produtos específicos para fios crespos e cacheados, a marca reconhece a pluralidade de identidades e como elas são afetadas pelos seus cruzamentos. Aproveitando-se disso para fomentar negócios, reconhece na afirmação da diversidade sua existência e contribui para a emergência do debate para pessoas que estão fora dos espaços privilegiados da militância e dos ambientes acadêmicos.

Ao produzir uma websérie documental com mulheres negras anônimas, de idades diferentes, de tons de pele variados, texturas de cabelo diversas, a *Salon Line* reconhece a importância do consumidor na contemporaneidade. Afirmar a identidade de mulheres negras

como potência de consumo em um país racista sinaliza para a atribuição de humanidade a essas pessoas, ainda que uma humanidade atrelada ao consumo. Por se tratar de processos de semiose e, por essa razão, ilimitados, sabemos que a emergência dessa discussão faz com que, ao longo do tempo, o uso dos fios crespos naturais torne-se um dos padrões possíveis. Ainda que isso não seja a solução definitiva para os conflitos raciais do Brasil, dá um passo. A luta contra o racismo deve ser constante e o enfrentamento a cada uma das variantes de opressão faz com que emergjam novos valores a serem questionados frente a estrutura constitutiva da identidade brasileira.

Referências bibliográficas

AKOTIRENE, Carla. *O que é interseccionalidade?* Belo Horizonte: Letramento, 2018.

ARAUJO, Joel Zito. *O negro na dramaturgia, um caso exemplar da decadência do mito da democracia racial brasileira*. Rev. Estud. Fem., Florianópolis, v. 16, n. 3, p. 979-985, dez. 2008.

BERTH, Joyce. *O que é empoderamento?* Belo Horizonte: Letramento, 2018.

CANCLINI, Néstor. *Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização*. 8. ed. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2008.

CAVALLEIRO, E. *Discriminação racial e pluralismo em escolas públicas da cidade de São Paulo*. In: SECRETARIA DE EDUCAÇÃO CONTINUADA, ALFABETIZAÇÃO E DIVERSIDADE (SECAD). *Educação anti-racista: caminhos abertos pela lei federal nº 10.639/03*. Brasília: Ministério da Educação, Secretaria de Educação Continuada, Alfabetização e Diversidade (MEC-SECAD), 2005. p. 65-104.

CENSO DEMOGRÁFICO 2010. *Características da população e dos domicílios: resultados do universo*. Rio de Janeiro: IBGE, 2011. Disponível em: <https://ww2.ibge.gov.br/home/estatistica/>. Acesso em: 13 ago. 2018.

COVALESKI, Rogério. *Idiosincrasias publicitárias*. Curitiba: Maxim, 2013.

CORRÊA, Laura; GUIMARÃES-SILVA, Pâmela; BERNARDES, Mayra; FURTADO, Lucianna. *Entre o interacional e o interseccional: Contribuições teórico-conceituais das intelectuais negras para pensar a comunicação*. Revista ECO-Pós, 21(3), p. 147-169, 2018.

DOS SANTOS, Nádia Regina Braga. *Do black power ao crespo: A construção da identidade negra através do cabelo*. (Trabalho de conclusão de Curso). Especialização em Mídia, Informação e Cultura. Universidade de São Paulo. São Paulo: USP. 2015. Disponível em: <https://bit.ly/39viHWN>.

FREITAS, H. *Transição capilar: mulheres abandonam alisamentos e assumem cabelos naturais*. O Estado de S. Paulo. Emais. 05 mai. 2016. Disponível em: <https://bit.ly/3dnp8MP>. Acesso em 3 dez. 2018.

GOMES, Nilma Lino. *Sem perder a raiz: Corpo e cabelo como símbolos da identidade negra*. Belo Horizonte: Autêntica, 2019.

KILOMBA, Grada. *Memórias da plantação: Episódios de racismo cotidiano*. Rio de Janeiro: Cobogó, 2019.

MCCRACKEN, Grant. *Cultura & consumo: novas abordagens ao caráter simbólico dos bens e das atividades de consumo*. Rio de Janeiro: Mauad, 2010.

MENEZES, K.; TUZZO, S. *Cidadania, racismo e mídia: a identidade do negro*. Comunicação & Informação, v. 16, n. 1, p. 156-170, 1 out. 2013.

MORENO FERNANDES, Pablo; BELMIRO, Dalila Maria Musa. *Midiatização do racismo brasileiro: Todecachinho, consumo, cidadania no caso da Youtuber Ana Clara Barbosa*. Ícone (UFPE), v.17, n.2, p. 189-201, 2019.

_____. *Entre o permanente e o transitório: Uma análise semiótica das marcas Todecacho e Meu Liso*. Galáxia (São Paulo, Online), 2021. No prelo.

PEIRCE, Charles Sanders. *Collected Papers of Charles Sanders Peirce*. Cambridge: Harvard University Press, 1931.

PEREZ, Clotilde. *Signos da marca: expressividade e sensorialidade*. São Paulo: Thomson, 2017.

SANTAELLA, Lucia. *Semiótica aplicada*. São Paulo: Cengage Learning, 2018.

SILVA, Paula Camila Soares; BRAGA, Angela Márcia da Sila. *Transição Capilar: O cabelo como instrumento de política e libertação através da identidade e suas influências*. IN: Anais do XX Congresso de Ciências da Comunicação da Região Sudeste - Uberlândia - MG - 19 a 21/06/2015. São Paulo: Intercom. 2015. Disponível em: <https://bit.ly/3m6HIgl>.

SODRÉ, Muniz. *Claros e escuros: Identidade, Povo e Mídia e cotas no Brasil*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2015.

_____. *Uma lógica perversa de lugar*. Eco Pós, Rio de Janeiro, v. 21, n. 3, p. 9-16, 2018. Disponível em: https://revistas.ufrj.br/index.php/eco_pos/article/view/22524. Acesso: 14 out. 2018.

SOUZA, Neusa Santos. *Tornar-se negro: ou As vicissitudes da Identidade do Negro brasileiro em ascensão social*. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1983.

SOUZA, Licia Soares. *Contribuições da Semiótica de Peirce para os estudos da narrativa*. Caligrama, São Paulo. v. 2, n. 1, 27 abr. 2006.

STEPAN, Nancy Leys. *Eugenia no Brasil, 1917-1940*. In: HOCHMAN, G., and ARMUS, D., orgs. *Cuidar, controlar, curar: ensaios históricos sobre saúde e doença na América Latina e Caribe* [online]. Rio de Janeiro: Editora FIOCRUZ, 2004.

TRUTH, Sojourner. *E não sou eu uma mulher?* Ohio, Estados Unidos, 1851. Tradução: PINHO, Osmundo. Portal Geledés. 8 de janeiro de 2014. Disponível em: <https://bit.ly/3cDMnmN>. Acesso em: 18 out. 2018.

VIANA, Pablo Moreno F. *Publicidade que entretém: a circulação transbordada dos conteúdos de marca*. Curitiba: Appris, 2018.