

UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA  
INSTITUTO DE ARTES E DESIGN  
BACHARELADO EM MODA

Ana Beatriz Fernandes Lima Silva

**Visibilidades e Invisibilidades:  
A mulher negra e a moda na sociedade brasileira**

Juiz de Fora  
2017

Ana Beatriz Fernandes Lima Silva

**Visibilidades e Invisibilidades:  
A mulher negra e a moda na sociedade brasileira**

Projeto de Conclusão para Graduação a ser submetida à Comissão Examinadora do Curso de Bacharelado em Moda, do Instituto de Artes e Design, da Universidade Federal de Juiz de Fora, como parte dos requisitos necessários à obtenção do grau de Bacharel em Moda.

Orientador: Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Elisabeth Murilho da Silva

Juiz de Fora

2017

Ana Beatriz Fernandes Lima Silva

**Visibilidades e Invisibilidades:  
A mulher negra e a moda na sociedade brasileira**

Projeto de Conclusão para Graduação a ser submetida à Comissão Examinadora do Curso de Bacharelado em Moda, do Instituto de Artes e Design, da Universidade Federal de Juiz de Fora, como parte dos requisitos necessários à obtenção do grau de Bacharel em Moda.

**BANCA EXAMINADORA**

---

Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Elisabeth Murilho da Silva – Orientadora

---

Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Maria Claudia Bonadio

---

Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Eliane Bettocchi Godinho

## **AGRADECIMENTO**

Agradeço antes de tudo aos meus pais, Márcia e Hélder, que sempre me incentivaram a realizar meus objetivos e foram o melhor exemplo de trajetória a ser seguida.

Agradeço também a minha irmã, Isabela, que me ensina todos os dias com sua dedicação e inteligência.

À Inajá, que me apoiou em todos os momentos da minha graduação, sempre me fazendo ver o melhor de tudo e me incentivando a crescer cada vez mais.

À minha família que mesmo de longe sempre acreditou no meu potencial.

Aos meus amigos e colegas, com quem pude dividir momentos de pesquisa, reflexão e debate, além de muitas risadas e acolhimento.

Aos meus professores, que não apenas me ensinaram sobre a moda, como me incentivaram a desenvolver um olhar diferenciado sobre as coisas e as pessoas que me cercam.

Às várias pessoas que pude conhecer a partir deste trabalho e que prontamente se dispuseram a ajudar.

*“Quando a mulher negra se movimenta, toda a estrutura da sociedade se movimenta com ela.”*

Angela Davis

## RESUMO

Este trabalho aborda os momentos de visibilidade e invisibilidade das pessoas negras, em especial das mulheres negras, em alguns períodos históricos da sociedade brasileira. Os motivos que ocasionaram a condição social e econômica de parte da população do país, as ações de resistência e os modos de representação imagética também serão discutidos nesta pesquisa. Outra temática analisada é a utilização de plataformas da internet para a construção de discursos descentralizados.

Partindo do pressuposto de que as mulheres negras formam um grupo que apresenta vivências específicas derivadas das opressões combinadas de gênero e raça, as dinâmicas com a moda e a representatividade nos meios de comunicação se mostraram campos propícios para análise.

**PALAVRAS-CHAVE:** Mulheres negras; Moda Brasileira; Representação Racial;

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Colagem - A baiana estilizada de Carmem Miranda. ....	16
Figura 2: Trajes de negras baianas do século XIX. ....	17
Figura 3: Colagem - Panteras Negras, a militante feminista Angela Davis e modelo com o penteado <i>Black Power</i> . ....	19
Figura 4: Colagem - A família negra da novela “A próxima vítima” e a Helena, interpretada por Taís Araújo na novela “Viver a vida” ....	31
Figura 5: Colagem - A roupas da prostituta Bebel, de “Paraíso Tropical” ....	32
Figura 6: Colagem - Carla Lemos ....	38
Figura 7: Colagem - Rayza Nicácio ....	40
Figura 8: Colagem - Nátaly Neri ....	42

## ÍNDICE

1. INTRODUÇÃO.....	9
2. CONTEXTUALIZANDO A EXPERIÊNCIA NEGRA EM SOLO BRASILEIRO ....	11
2.1. Identidades fragmentadas e tentativas de protagonismo.....	18
3. AS REPRESENTAÇÕES DO NEGRO: SOBRE IMAGENS, REFLEXOS E PROJEÇÕES.....	23
3.1. Revista Raça Brasil: o negro e a negra que consomem .....	26
3.2. Personagens e protagonistas negras: telenovelas refletindo as mudanças da sociedade.....	28
4. “A REVOLUÇÃO SERÁ CRESPA E NÃO NA TV...” .....	34
4.1. Blogs .....	36
4.2. Youtube.....	39
4.3. Instagram.....	41
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	43
6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	45



## 1. INTRODUÇÃO

Partindo do pressuposto de que as mulheres negras estão em situação de vulnerabilidade, e são compelidas a vivenciar diariamente as opressões combinadas do racismo e do machismo, considerou-se oportuno delinear os modos como essa dinâmica ocorre no âmbito da moda e da cultura de massa. As teorias raciais – e racistas – e as ideologias patriarcais que fundamentam a sociedade brasileira desde sua fundação são fatores que influenciam diretamente no acesso da população negra à educação, saúde e qualidade de vida, bem como aos produtos e serviços que atendam suas demandas específicas.

Além dessas dificuldades conservadas pelo sistema, outros empecilhos advindos do pensamento racista, como a associação da imagem dos negros aos estereótipos negativos ligados a cor, apresentaram-se como obstáculos à identificação dessa parcela da população com os modelos de beleza produzidos pela indústria da moda e ao interesse do mercado em tê-los como seus representantes nas publicidades. Para compreender essas problemáticas é necessário, portanto, considerar todo o histórico de exclusão social, econômica e cultural ao qual esse grupo foi submetido desde o período colonial.

De modo a sintetizar o pensamento central deste trabalho, duas perguntas podem ser feitas. A primeira delas seria: “Quais são os momentos de invisibilidade e visibilidade da mulher negra ao longo da história brasileira?”, e em complementação, “Como a população negra, em geral, é representada na mídia e nos meios de comunicação?”. Ao longo do trabalho serão expostas e aprofundadas ainda outras questões que visam contribuir para o debate sobre o tema.

A respeito da utilização do termo *raça*, em relação à população negra neste trabalho, apresenta-se em conformidade com a percepção de Guimarães (2005) de que não há correlação com nenhuma realidade natural, mas seu uso se faz necessário, pois “tal conceito tem uma realidade social plena, e o combate ao comportamento social que ele enseja é impossível de ser travado sem que lhe reconheça a realidade social que só o ato de nomear permite.” (2005, p.11).

O objetivo central constitui-se em investigar o lugar delegado à mulher negra no âmbito da coletividade, bem como explorar as potencialidades no uso da moda e da tecnologia para amplificar as vozes subalternizadas. Ademais, as temáticas sobre

os modos de representação da mulher negra desenvolvidas nos estudos acadêmicos, com raras exceções estão situadas na época contemporânea. As práticas digitais recentes e a repercussão na vida cotidiana ainda não constituem um campo estimado de fontes de pesquisa sobre o assunto.

A metodologia deste trabalho consistiu na pesquisa e análise de fontes bibliográficas. Em um primeiro momento privilegiou-se a leitura de material sobre a história da população negra no Brasil, desde o período da escravidão e suas reverberações na contemporaneidade. A preferência por obras de autoria de mulheres negras, mulheres brancas e homens negros, teve por finalidade a tentativa de uma construção descolonizada do pensamento teórico, em que o sujeito é capaz de falar de si e de suas vivências sem depender de um intérprete. Além do uso de textos originais e interpretações de outros autores, no capítulo final do trabalho, sobre atividade das mulheres negras nas plataformas digitais, os sites e redes sociais constituíram um suporte para a análise dos discursos. Alguns dados que refletem a condição econômica e social da população também foram utilizados de modo que fosse possível estabelecer um diagnóstico mais assertivo sobre o lugar ocupado pela população negra na sociedade brasileira.

Os capítulos se organizam de forma cronológica, contendo em primeiro lugar uma recapitulação histórica da experiência dos negros no Brasil, a fim de estabelecer precedentes para a argumentação das práticas que se desenvolveram a partir do século XX e que se consolidaram no século XXI. Em seguida dedicou-se um espaço para relatar alguns casos significativos sobre a ascensão social dos negros e sua nova posição na sociedade de consumo, além do embate das questões relacionadas ao capitalismo com as pautas solicitadas pelo movimento negro. Por fim, mostrou-se necessário adicionar um caráter inovador ao trabalho, e que foi alcançado através da abordagem da temática recente das redes sociais e do apelo às identidades pós-modernas.

## 2. CONTEXTUALIZANDO A EXPERIÊNCIA NEGRA EM SOLO BRASILEIRO

O presente capítulo busca recordar alguns momentos importantes da história dos negros, em especial das mulheres negras no Brasil, para que assim se possa refletir acerca das circunstâncias que culminaram na situação de invisibilidade, de ao menos uma parte, da população negra brasileira atualmente.

A partir do século XVI, o tráfico de negros africanos para as Américas começa a ser realizado em número crescente, passando por algumas restrições ao longo do século XIX. A respeito deste assunto, Albuquerque e Filho (2006, p.40) esclarecem que: “Os números não são precisos, mas estima-se que [...] mais de 11 milhões de homens, mulheres e crianças africanos foram transportados para as Américas. [...] A maioria dos cativos, cerca de quatro milhões, desembarcou em portos do Brasil”<sup>1</sup>.

Durante o período escravista, as condições às quais os escravizados estavam submetidos eram insalubres e importa ressaltar que as roupas usadas por eles não se mostravam como algo fundamental para seus senhores, que as distribuíam poucas vezes ao ano, sendo as peças de materiais rústicos.

As vestimentas dos escravos eram extremamente precárias. Os senhores de engenho costumavam distribuir roupas prontas e tecidos duas vezes ao ano, no início e no fim do período de corte e moagem da cana. No século XVII, fornecia-se um par de camisas e calças para os homens e saias de algodão cru para as mulheres. No século XIX, nas plantações de café do sudeste, os escravos recebiam em geral três camisas, três pares de calça e os respectivos casacos, um chapéu e dois cobertores por ano. As mulheres recebiam saias e xales de algodão grosseiro. (ALBUQUERQUE; FILHO. p. 78)

Apesar do uso desse material mais simplório para a confecção das roupas usadas pelos indivíduos negros nesse período, assim como já relatado por autores como Thorstein Veblen em “A teoria da classe ociosa”<sup>2</sup>, a compra de vestimentas

---

<sup>1</sup> Albuquerque e Filho (2006) esclarecem que o tráfico de africanos escravizados promoveu o povoamento do Brasil por indivíduos de diversas regiões como Senegâmbia (ou Guiné), Angola, Moçambique, Malauí, entre outras. Além disso, convencionou-se, por parte dos colonizadores, misturar os negros de diferentes regiões, grupos e práticas culturais, para que através da desarticulação fosse mais fácil contê-los e evitar rebeliões. Entretanto, essa prática não impediu que redes de solidariedade fossem criadas. As experiências compartilhadas favoreceram a mistura de indivíduos dos mais variados grupos, o que de certa forma permitiu a “convergência de tradições africanas” no território brasileiro.

<sup>2</sup> Em “A teoria da classe ociosa: Um estudo econômico das instituições”, Thorstein Veblen aborda os hábitos de consumo e o estilo de vida da ascendente burguesia, no século XIX. Um dos temas explorados por Veblen em sua obra é a questão do consumo conspícuo, ou seja, o consumo de itens como roupas e joias que tornavam perceptível a situação econômica diferenciada dos indivíduos que

mais refinadas e joias para adornar os trabalhadores que se ocupavam com o serviço doméstico e por esse motivo tinham mais visibilidade, ocorreu também no Estado da Bahia como forma de atestar poder e riqueza. Segundo estudo que aborda as roupas de crioula no século XIX,

[...] não tardou muito para que os senhores de escravos passassem a encomendar, para alguns ourives das cidades, determinadas joias em ouro para algumas de suas escravas, bem como vestimentas em algodão que extrapolavam a simplicidade, como uma forma de exposição de sua própria riqueza conquistada através da exportação do açúcar e do fumo – no caso do Recôncavo – para o mercado europeu e norte-americano. (FERREIRA; FREITAS; MONTEIRO. p.7)

Ainda na obra “Uma história do negro no Brasil”, os autores chamam a atenção para o fato de a alforria ser mais facilmente conseguida pelas mulheres negras escravizadas, visto que grande parte delas desenvolvia o trabalho no ambiente doméstico e possuía uma relação mais próxima ao senhorio. Outro ponto que evidencia essa “vantagem” feminina, é que muitas mulheres negras escravas ou libertas, as chamadas “negras de ganho”, eram responsáveis por pequenos comércios que possibilitavam o acúmulo de economias que poderiam ser convertidas na alforria delas, de seus familiares ou no sustento do lar, caso já tivessem sua liberdade adquirida.

Situação observada por diversos autores, a condição racial particular que o Brasil, apresenta desde sua criação, pode ser abordada a partir das diferenças entre as mulheres negras africanas e as nascidas em solo brasileiro. A pesquisa citada anteriormente, de autoria de Ferreira, Freitas e Monteiro, faz menção de que as roupas de crioula são indicadores específicos da negra brasileira, “[...] antes de tudo descendente da escravidão e de uma memória africana na Bahia do século XIX” (2006, p. 5). Esse indivíduo, fruto das relações entre brancos e negras, ocupava um lugar subalterno, mas tinha certos benefícios se comparado ao que Mariza Corrêa chama de “negra preta”<sup>3</sup>.

A crioula, ou mulata, é uma das figuras mais emblemáticas do imaginário social, e cultural brasileiro. Ela é tema de estudos literários, médicos e históricos,

---

os possuíam. Empregados e esposa, enquanto “propriedades” do homem burguês ao ostentar vestimentas sofisticadas atestavam a possibilidade de compra e o *status* de seu senhor.

<sup>3</sup> Para Mariza Corrêa, o termo “negra preta” faz referência à mulher negra, de pele evidentemente retinta, ou àquela que no passado teria traços fenotípicos mais próximos aos dos africanos trazidos para o Brasil. Além disso, ao contrário do que ocorre com a mulata, sua condição racial incitaria a rejeição do homem branco.

que abordam principalmente o estereótipo da sensualidade, da beleza e do sujeito desejado unicamente por seu corpo. Seu papel nos estudos acadêmicos, segundo Corrêa (1996), se opõe ao do mulato que “[...] era quase sempre também sinônimo de efeminado, [...] numa oposição nunca explicitada ao branco como heterossexual, por definição.”. Esse fato deixa nítido que a categoria na qual essa mulher é inserida constitui um espaço específico de existência, concebido da união entre o gênero e a raça, e que também sugere uma heterossexualidade compulsória.

A partir de uma breve observação da história ocidental, é possível concluir que o padrão de beleza e distinção social sempre se deu segundo o ideal branco. Janaína Damasceno (2008) apresenta em seu trabalho sobre a construção do corpo negro como sendo “o outro”, o caso da Vênus Hotentote, ocorrido no século XIX. Damasceno fundamenta sua pesquisa sob a perspectiva de Stuart Hall (1997), de que a estereotipação do/a negro/a teria sido decorrente da relação entre povos ocidentais dominantes e populações escravizadas e/ou tidas como subalternas durante diferentes períodos da história.

Sarah Baartman pertencia ao povo *khoi san* da África do Sul e como as mulheres dessa etnia possuía certas características fenotípicas que contrastavam com o que era considerado o padrão pelos europeus. A esteatopigia e a condição incomum de sua genitália foram entendidas como algo exótico e Sarah acabou por ser exposta em *freak shows* e exposições científicas em Londres e na França. Segundo Damasceno, foi a partir desse caso que o pesquisador Georges Cuvier forjou o conceito de raça na ciência moderna.

A cor, principalmente a negra, foi portanto, construída a partir da concepção do homem branco, visto como o detentor da intelectualidade e dos meios de circulação de ideias, como algo atrelado ao seu oposto, ou seja, ao negativo. Preguiça, sujeira, vagabundagem e outros estigmas foram associados ao negro, e em especial a mulher negra recebeu marcações que a circunscrevem ao trabalho doméstico e à objetificação sexual.

A *Bill Aberdeen*<sup>4</sup>, lei imposta em 1845 pela Inglaterra, principal parceira de negócios do Brasil, permitia a apreensão de navios e o julgamento de capitães que

---

<sup>4</sup> Segundo o Estatuto da Igualdade Racial (2009), essa medida não foi suficiente para que o tráfico chegasse ao fim e ocasionou um aumento do preço dos escravos. Além disso, essa medida não

estivessem realizando tráfico de escravos em águas internacionais, a lei Eusébio de Queiroz, promulgada em 1850, proibia o tráfico negreiro no Brasil, e a abolição da escravidão em solo nacional no ano de 1888, foram marcos importantes para que a situação da escravidão negra começasse a ser desarmada, mesmo que apenas no âmbito jurídico.

O século XX trouxe novas perspectivas sobre a situação do negro no Brasil após o período colonial. Na década de 1930, Gilberto Freyre escreveu o livro “Casa Grande & Senzala”, um estudo pioneiro sobre as relações entre brancos e negros no Brasil, e que foi seguido por outros muitos estudos sociológicos e antropológicos sobre a condição especial do Brasil no que tange a formação racial de sua população. Antônio Sérgio Guimarães observa que a partir desses estudos é possível constatar a pretensão da sociedade brasileira em valorizar uma espécie de antirracismo institucional. Guimarães ressalta ainda o fato de que durante boa parte do século passado essas pesquisas mostraram-se como um modo de tranquilizar o mundo e o próprio Brasil a respeito do “caráter relativamente harmônico do nosso padrão de relações raciais” (2005, p.39).

Pouco depois, nessa mesma década, o Estado Novo de Getúlio Vargas surgiu e com ele uma elite intelectual disposta a implantar um projeto político-pedagógico de valorização nacional através do controle da cultura e da comunicação. A literatura era pensada como um agente da mudança social, apesar da maior parte da população brasileira ser analfabeta naquela época. No ano de 1937 criou-se então o Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP) do governo, que atuava nas áreas de esporte e cultura visando dar à população formação moral e intelectual.

O DIP ocupava-se de promover, através do rádio, do cinema e de eventos patrióticos as políticas do Estado Novo, bem como censurar qualquer ação cultural que causasse a quebra da ordem nacional. O samba, segundo Monica Velloso (2013), com sua linguagem e gírias populares não era visto com bons olhos, já que a língua também era considerada um patrimônio cultural pelo governo e seus apoiadores. Velloso revela ainda que a Frente Negra Brasileira<sup>5</sup>, por sua atuação

---

impediu que os escravos que já se encontravam em território nacional fossem comercializados e enviados de um lugar para outro.

<sup>5</sup> A Frente Negra Brasileira foi fundada em 1931 e teve sua atuação voltada às ações de cunho político-social, como por exemplo, o ensino de música, de esportes e o departamento destinado às

política pela inserção do negro em todos os espaços sociais, não conseguiu sobreviver à política do regime e encerrou sua atuação em 1937.

Os estudos sobre o negro que datam do início do século XX podem ser divididos em dois grupos. O primeiro deles caracteriza-se pelo chamado racismo científico que através da análise das características físicas e cognitivas da população negra buscava encontrar e atribuir significados que justificassem a forma desigual de tratamento e oportunidades. Sobre esta questão Guimarães conclui que “[...] alguém só pode ter cor e ser classificado num grupo de cor se existir uma ideologia em que a cor das pessoas tenha um significado. Isto é, as pessoas têm cor apenas no interior de ideologias raciais” (2005, p.47).

A outra perspectiva sobre a questão racial pode ser entendida como uma forma de justificar e “exaltar” a presença do negro na sociedade brasileira, apesar de não representar mudança prática na vivência dessa população. Em diálogo com esse ponto de vista, Velloso acrescenta que, ainda que o governo do Estado Novo se esforçasse para neutralizar as ações culturais que não correspondessem ao seu projeto de nação

“Paralelamente a essa repressão e desqualificação contra o negro estimulava-se a pesquisa sobre a sua contribuição na formação da nossa cultura. [...] Os intelectuais eram incentivados a pesquisar sobre o assunto, podendo até mesmo enaltecer os aspectos positivos da cultura africana. O que não poderia ocorrer era o samba continuar difundindo valores que fugiam ao controle do Estado.” (VELLOSO, p.165).

Em *O “it verde e amarelo” de Carmem Miranda*, Tânia da Costa Garcia também ressalta a opressão que o samba sofreu, bem como sua revalorização enquanto símbolo da cultura nacional durante o regime de Getúlio Vargas e situa Carmem Miranda como uma das principais representantes do estilo. O desejo de exportar para além de suas fronteiras um projeto nacional exitoso do qual o negro fazia parte, mas não era pensado como protagonista pode ter sido uma das justificativas para o fato de Carmem representar a mulher brasileira ideal. Esse fato pode ser embasado por uma das falas presentes no texto de Garcia que sugere que “[...] a miscigenação, porém para ser positiva, deveria objetivar o branqueamento” (GARCIA, p. 114-115).

---

mulheres. Em 1936 transformou-se em partido político, e no ano seguinte, por ordens do governo Vargas, foi desarticulada. Disponível em: <<https://www.geledes.org.br/hoje-na-historia-1931-80-anos-da-frente-negra-brasileira/>>. Último acesso em: 28/11/2017.



Figura 1: Colagem - A baiana estilizada de Carmem Miranda.

Carmem Miranda ficou conhecida como o símbolo máximo da tropicalidade brasileira, com seus trajes repletos de frutas, cores e inspirações nas negras baianas, mulheres essas que, reservadas ao espaço de subalternidade, não podiam representar a si mesmas. Segundo a autora, é possível também interpretar a apropriação dos trajes das baianas por Carmem como outra forma de expressar a diversidade de origens que esses itens possuíam. O turbante, por exemplo, um dos símbolos de vestuário que remetem diretamente à visualidade dos indivíduos negros, é uma herança mulçumana, advinda tanto dos negros escravos islamizados quanto da dominação islâmica de Portugal e Espanha no século VIII.





Figura 2: Trajes de negras baianas do século XIX.  
Disponível em: <<https://ims.com.br/titular-colecao/alberto-henschel/>>. Acesso em: 28/11/2017.

Ainda sobre essa questão, é possível observar a partir do relato de Garcia que havia certa resistência do público brasileiro em relação à figura da baiana, mesmo com a estilização feita por Carmem Miranda. Neste período, evidenciava-se o interesse internacional pelo exótico e a repulsa pelo popular e pela cultura negra por parte da elite nacional.

A “ascensão social” da baiana era resultado da evidência que Carmem tinha dado ao traje ao levá-lo do cinema nacional ao Cassino da Urca e de lá para a terra do Tio Sam. Após a notícia da aprovação da indumentária brasileira pelas revistas de moda e vitrines norte-americanas, a fantasia da baiana conquistou um lugar definitivo nos bailes de carnaval dos clubes da alta sociedade carioca. (GARCIA, p. 116).

A partir do caso de Carmem Miranda, é possível estabelecer um paralelo com as situações em que a mulher brasileira, e principalmente a beleza brasileira foram deslocadas da mulher negra, de pele retinta ou não, para a mulher branca, como uma representante mais apropriada ao ideal de nação pretendido em boa parte da história do Brasil.

## **2.1. Identidades fragmentadas e tentativas de protagonismo**

Tempos mais tarde, já na década de 1960, o mundo experimentava grandes revoluções ligadas ao vestir impulsionadas pelas mudanças culturais, sociais e políticas. O apelo das identidades sociais fragmentadas, segundo Stuart Hall, foi uma das motivações para o surgimento de movimentos sociais como o feminismo, os movimentos de jovens e pelos direitos dos negros. O recente poder de compra da juventude possibilitou o consumo de roupas, acessórios e itens de entretenimento, e não tardou para que algumas dessas tendências virassem marca registrada das atividades de grupos anti-hegemônicos.

Sobre o movimento feminista e pela liberação sexual feminina em especial, é importante frisar que a incorporação de aspectos simbólicos em peças do vestuário, como ocorreu com a minissaia e a calça comprida, respeita uma lógica bastante específica, pautada na ideia de que todas as mulheres dividem a mesma experiência de vida sem levar em consideração que esta prática exclui mulheres além do padrão branco, jovem e de classe média ou alta.

Às mulheres negras, por exemplo, foi negada a possibilidade de luta pela liberdade sexual, se notarmos que historicamente foram atribuídos diversos estereótipos que associam sua existência à prática sexual e a valores morais que não correspondem à realidade das mulheres brancas. Além disso, sendo boa parte dessas mulheres integrantes do proletariado, o uso de calças já não era tão incomum.

Os Estados Unidos foram, sem dúvida, os maiores exportadores de tendências de comportamento para o Brasil nesse período, principalmente no que se refere à luta da população negra. O movimento negro norte-americano representado pelos Panteras Negras exportou não apenas ideologias, como um modo de viver e se vestir. O pensamento de que os indivíduos negros de todo o mundo partilhavam de uma essência e origem africana em comum, bastante difundido nesse período e nas décadas seguintes, foi responsável pela popularização de estilos que remetessem a essa herança da África através de estampas, modelagens e materiais.

A escritora e feminista negra bell hooks<sup>6</sup> (2005), em artigo sobre os cabelos das mulheres negras e os reflexos das opressões sociais sobre a auto estima no contexto estadunidense, observa que, durante a segunda metade do século XX os penteados afro começaram a se popularizar como símbolo da resistência negra. Segundo hooks, o uso dos cabelos naturais era associado a um engajamento político, mas quando não foram alcançadas as mudanças sociais desejadas pelo movimento dos negros “[...] não se deu mais tanta atenção à relação política entre a aparência e a cumplicidade com o segregacionismo branco, e aqueles que outrora ostentavam os seus *blacks* começaram a alisar o cabelo.” (HOOKS, p.3).



Figura 3: Colagem – Os Panteras Negras, a militante feminista Angela Davis e modelo com o penteado *Black Power*.

<sup>6</sup> Em fragmento retirado da internet vemos que: “bell hooks é o pseudônimo de Gloria Jean Watkins, escritora norte-americana nascida em 25 de setembro de 1952, no Kentucky – EUA. O apelido que ela escolheu para assinar suas obras é uma homenagem aos sobrenomes da mãe e da avó. O nome é assim mesmo, grafado em letras minúsculas[...]. A justificativa, encontrei depois numa frase da própria 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.” Disponível em: <<https://mardehistorias.wordpress.com/2009/03/07/bell-hooks-uma-grande-mulher-em-letras-minusculas/>>. Último acesso em: 18/11/2017.

Ainda sobre essa questão dos cabelos como símbolo máximo da beleza e poder – não à toa o penteado afro mais conhecido no mundo é o *Black Power* – abordaremos nos próximos capítulos a maneira com que essa questão foi enfrentada em outros momentos da história como no fim do século XX e no século XXI, onde continua configurando-se como campo de batalhas e revoluções.

Retomando a temática dos movimentos pelos direitos da população negra é necessário observar que mesmo que os debates tenham se acirrado em resposta à articulação que ocorria em outras partes do mundo, no Brasil as organizações de negros se fazem notar em toda a história nacional. Como já citado anteriormente, a Frente Negra Brasileira de 1931, o Teatro Experimental do Negro de 1945 e o Movimento Negro Unificado de 1978 são exemplos de associações que em diferentes níveis propuseram-se a integrar o negro na sociedade brasileira, seja por meio da cultura, seja por meio da ação política.

Apesar de essas entidades serem responsáveis por diversos avanços, houve também a repressão. Assim como no Estado Novo, durante os anos de chumbo da ditadura militar<sup>7</sup>, ocorreu a desarticulação de iniciativas negras, e segundo Albuquerque e Filho (2006), a temática racial foi suprimida em detrimento de um discurso que exaltava a miscigenação brasileira como “patrimônio nacional”.

No campo da moda, a empresa Rhodia Têxtil apresentou, em campanha homenageando os 400 anos do Rio de Janeiro, pela primeira vez uma modelo negra. A baiana Luana, apesar de não permanecer por muito tempo junto à equipe da Rhodia, mostrou-se adequada para representar junto às outras modelos “a mulher brasileira” em toda a sua variedade. Maria Claudia Bonadio (2014) destaca a prática publicitária de associar produtos a pessoas de sucesso, utilizada também pela empresa Rhodia em relação às modelos negras, e que oculta a correlação entre cor e atributos negativos. A autora discute ainda, no capítulo “negro é lindo?”, a invisibilidade das mulheres negras na mídia durante a década de 60, e destaca a situação das atrizes de telenovela, que mesmo em número reduzido eram reforçadamente colocadas como irrelevantes para a trama.

---

<sup>7</sup> O termo “anos de chumbo” faz referência ao período de 1968 a 1974, quando houve o recrudescimento das políticas governamentais do regime militar comandado pelo General Médici.

A dança, a música, as cores vibrantes, são alguns elementos que se relacionam diretamente com o que se entende por cultura negra, ou cultura afro-brasileira. Segundo Souza (2011, p.4, apud BERTON; HARGER, 2013, p.5)

O corpo, nas sociedades africanas, tem um papel fundamental como suporte de signo, talvez por serem sociedades onde a cultura oral é predominante, o uso do corpo para enviar mensagens é fundamental, por meio das suas roupas e adornos representam e significam sua condição social e identitária. Tudo se combina para transmitir mensagens complexas sobre idade, estado, as fases da vida, a adesão de tribos ou grupos, poder e posição, riqueza, beleza e até mesmo a história pessoal.

Para Stuart Hall (2003), essa percepção sobre o corpo negro, principalmente daqueles incluídos no processo da diáspora africana, é atribuída ao fato de que o corpo foi e é ainda por muitas vezes, o único capital cultural do indivíduo e é através dele que se dá a comunicação entre os sujeitos que compartilham de uma mesma experiência social ou que seja seu oposto.<sup>8</sup>

Exemplos dessa relação entre a população negra, a cultura popular e a corporeidade, os bailes *black* que eclodiram na segunda metade do século XX em cidades como São Paulo e Rio de Janeiro são tema de diversos estudos acadêmicos. Os bailes da *Chic Show* e da *Zimbabwe*, equipes de entretenimento da capital paulistana, por exemplo, tiveram o *rap* como ritmo predominante, e de acordo com a dissertação de mestrado defendida por João Batista Félix (2000) eram espaços destinados ao público jovem e entendidos não apenas como uma oportunidade de ouvir música e dançar, mas como um lugar seguro onde não sofreriam discriminação.

O autor cita o uso da indumentária “à moda *hip-hop*” como característica marcante principalmente nos frequentadores do gênero masculino e que tinham por intuito se destacar em apresentações de dança, podendo ou não fazer parte da movimentação política-cultural ligada a essa subcultura *black*. No caso das mulheres, entretanto, há apenas menção da utilização de roupas casuais, sem muita simbologia agregada às peças. Félix observou a presença de dois grupos nesses eventos, o primeiro, como comentado anteriormente, vestia-se com roupas ligadas

---

<sup>8</sup> Sobre esta ideia de Stuart Hall é importante ressaltar o tempo e o espaço à que ele se refere. Hall se debruça sobre a condição dos corpos negros da diáspora no contexto norte-americano, já no fim do século XX. No contexto da escravidão, tanto nos Estados Unidos quanto no Brasil, salvo peculiaridades de cada sistema e suas dinâmicas, o corpo dos africanos escravizados demorou a pertencer de fato ao seu dono, visto que era propriedade do Senhor de escravos não apenas o produto ou serviço advindo do trabalho, como a força de trabalho materializada no corpo.

ao *hip-hop* e o segundo, sem distinção de gênero, investia em marcas renomadas como Pakalolo e TNT. Os diferentes modos de vestir e os penteados utilizados seriam motivados pelo desejo de diferenciação e constituiriam um ponto fundamental na construção das identidades dos frequentadores dos bailes, ressaltando as diferenças e semelhanças das experiências de vida.

O fim do século XX foi marcado por mudanças significativas para a população negra e abordaremos a seguir outros espaços e práticas importantes para entendermos a situação atual dessa população no Brasil, no que tange as visibilidades e invisibilidades.

### 3. AS REPRESENTAÇÕES DO NEGRO: SOBRE IMAGENS, REFLEXOS E PROJEÇÕES

Para o indivíduo negro, que por um longo período de tempo ficou relegado à invisibilidade e ainda enfrenta dificuldades em ser ver representado dentro de um sistema racista, a produção de imagens pode ser entendida como um ato de transgressão e construção de significados.

Em um primeiro momento os negros e os indígenas brasileiros foram retratados nas pinturas como objetos do olhar científico, ocupando paisagens irreais e atuando como personagens de narrativas fantasiosas e doutrinárias. O pintor Jean-Baptiste Debret se destacou entre os artistas que retrataram a população negra durante o período colonial, principalmente por registrar cenas domésticas e atividades cotidianas (SOUZA, p.36, 2007).

Com o desenvolvimento da técnica fotográfica, a possibilidade de produzir imagens mais próximas ao real e em maior quantidade, logo se mostrou como uma vantagem. Sobre o sucesso dos retratos no Brasil do século XIX, Koutsoukos (2006) argumenta:

“Rapidamente, muitos fotógrafos estrangeiros invadiram a Corte e outras cidades brasileiras, fugindo talvez da concorrência profissional que havia em seus países de origem, em busca de fortuna e sucesso no mercado que se abria, e/ou atraídos pela diversidade possível de temas, dada a beleza “pitoresca” do país, já descrita antes e ao mesmo tempo por numerosos viajantes e registrada em desenhos e litografias aquareladas” (KOUTSOUKOS, p.16).

Em outra pesquisa sobre a representação dos negros nas fotografias do século XIX, desenvolvida por Aline Hardman (2015), há a menção de cartões de visita, fotos pequenas em formato retangular, que eram utilizadas para ilustrar as particularidades dos indivíduos que viviam em solo nacional e sanar a curiosidade dos forasteiros. Essa prática visava principalmente os indivíduos negros que geravam curiosidade por serem considerados “exóticos”. Em muitas dessas fotografias, as pessoas representadas utilizavam acessórios, roupas ou estavam arranjadas em cenários que reforçavam a ideia de alteridade. Cunha (1999, p.135 apud. BITTENCOURT, 2005, p.121) complementa dizendo que “se o retrato do senhor é uma forma de cartão de vista, o retrato do escravo é uma forma de cartão

postal: um quer descrever a pessoa, digna e singular, outro descreve o personagem, pitoresco e genérico”.

Os relatos sobre negros que, sendo livres ou logo após conseguirem sua liberdade investiram suas economias em fotografias, mostra-se interessante para ilustrar a relação entre as roupas e a construção de sentidos através das imagens. A ambientação, o figurino, os acessórios e as poses, combinados de maneira meticulosa, serviam para reforçar uma narrativa que pretendia colocar o sujeito representado enquanto possuidor de certo *status* e direcionar o olhar do observador para a compreensão do sentido almejado (KOUTSOUKOS, p. 81, 2006).

A simbologia dos sapatos também constitui um fato distintivo da relação dos indivíduos negros com as representações fotográficas. Vetado o uso de sapatos para os negros mantidos escravos, a presença desses itens nas fotografias, aparecendo timidamente próximo à barra das saias, ou bastante visível em poses onde os homens estavam de corpo inteiro, serve de afirmação do desejo dos indivíduos em ocupar lugar de destaque e projetar o ideal difundido, que se alinhava à branquitude, para sua própria figura, que após ser libertada das mazelas da escravidão ansiava pelo reconhecimento tanto de seus pares, quanto de seus opostos.

Entretanto, esse desejo por reconhecimento tardou em se tornar razoável. O racismo das instituições que controlam a difusão de conteúdos pareceu se tornar mais brando em alguns momentos, como ao abordar temáticas negras em suas produções desde meados do século XX e incentivar a valorização de elementos da cultura afro-brasileira. Em oposição às pautas que reivindicam o bem-estar social dos grupos mais fragilizados no interior da sociedade brasileira, as novelas, por exemplo, podem ser percebidas como espaços utilizados pela mídia para defender seus interesses junto à população. Eventualmente atuando como formas complementares para suprir as demandas por lucro, as novelas apresentam modelos de ser, vestir e consumir e ao relacionar certas atitudes com produtos específicos cumprem sua função de manter o mercado consumidor em crescimento.

A valorização do poder de compra dos negros forçou o desenvolvimento de novas identidades mais adequadas. Referências a serem seguidas tornaram-se aos poucos disponíveis em páginas de revista, na televisão e na internet. Se antes as



atrizes e os atores exerciam o papel de mediadores da relação entre empresas e público, atualmente o próprio público elege seus representantes, pessoas comuns, para servir de exemplo. A sociedade sistematizada pela lógica do consumo propõe novas práticas cotidianas, maneiras de ser e pensar.

Apesar da questão do consumo ser cara à parte da população negra, existe também a necessidade de solucionar questões que afligem um número maior de pessoas e que foram requisitadas por muito tempo. Na passagem do século XX para o século XXI ocorreram algumas mudanças políticas e econômicas no Brasil que podem ser observadas a partir dos meios massivos, abordados mais adiante.

Uma das datas fundamentais para começar a pensar essas mudanças é o ano de 1995, marcado pelo início do governo de Fernando Henrique Cardoso, eleito presidente pelo PSDB, Partido da Social Democracia Brasileira. Cientista político e sociólogo, FHC desenvolveu alguns trabalhos sobre a questão racial no Brasil, e apesar de não colocar essa questão como fundamental em seu governo, possibilitou alguns avanços junto ao movimento negro. Após dois mandatos de Fernando Henrique Cardoso, de 1995 até 2002, foi eleito como seu sucessor o presidente Luiz Inácio Lula da Silva, do Partido dos Trabalhadores. Na gestão de Lula e seus aliados, as pautas do movimento negro estiveram no centro dos debates sociais, entretanto isso não se mostrou suficiente para sanar de vez os problemas que a população negra enfrenta no Brasil.

“O presidente Fernando Henrique Cardoso, apesar de inaugurar mudanças nos discursos oficiais brasileiros e nos marcos normativos sobre a questão racial, não apoiava aquelas políticas explicitamente. O presidente Lula, apesar de explicitar verbalmente o apoio a tais políticas e criar a Secretaria Especial de Políticas de Promoção da Igualdade Racial (SEPPIR) no seu primeiro ano de governo, não implementou nenhuma política de ação afirmativa para estudantes negros nas instituições de ensino público superior brasileiras” (SANTOS, p. 40).

A Lei 10.639/2003 que obriga a abordagem da História e Cultura Afro-Brasileira no Ensino fundamental e médio, bem como a efetivação das cotas raciais no ensino superior são alguns dos avanços concretizados nos últimos anos.

As políticas socioeconômicas implantadas nas últimas décadas possibilitaram o crescimento de postos de trabalho e conseqüentemente o aumento da renda, convertida no acúmulo de bens pela população. Segundo informações da Secretaria de Assuntos Estratégicos da Presidência da República, veiculadas pela Empresa

Brasileira de Comunicação no ano de 2013, cerca de 100 milhões de pessoas constituem a classe média brasileira. Além disso, ainda segundo os dados divulgados, a classe média movimenta algo em torno de um trilhão de reais por ano.

Nos tópicos a seguir serão expostos casos que exemplificam a mudança no tratamento dos negros, e as potencialidades desenvolvidas através do discurso de valorização da cultura afro-brasileira e a abordagem midiática sobre as questões raciais.

### **3.1. Revista Raça Brasil: o negro e a negra que consomem**

Em 1996 foi realizado um debate com os editores da revista Raça Brasil pela Unicamp, em decorrência do sucesso alcançado desde seu lançamento naquele mesmo ano. Nessa ocasião foi citado o fato de a ascensão da população negra ter sido estrategicamente invisibilizada pela elite nacional. Roberto Melo, atribui ao “racismo cordial” e à mídia hegemônica a culpa pela ausência de negros nas novelas, propagandas e como constituintes de uma classe consumidora. Melo afirma que, no Brasil, raça e classe entrelaçam-se de tal forma que o indivíduo negro está necessariamente associado à pobreza e por esse motivo não constituiria uma parcela significativa do mercado consumidor.

Ainda na fala de Melo, a área de comunicação nos apresenta três estigmas associados ao negro, são eles: a impossibilidade de adquirir produtos supérfluos – e as revistas seriam supérfluas -, que revistas com negros logo na capa não atingiriam boas vendas, e que os negros têm (ou tinham) vergonha de sua condição racial. Ao longo do texto, porém, essas falácias são desmentidas e torna-se evidente que a razão de não haver uma revista para esse público se justifica pelo lugar de subordinação relegado ao negro na estrutura social.

O foco da revista não é apenas voltado para a questão da ascensão social, mas também para as consequências dessa ascensão na vida prática da população, seja através do consumo, seja através da construção e consolidação da autoestima. Entretanto, segundo a fala de Valter Silvério, pode-se notar uma posição despolitizada na publicação que a colocaria do lado oposto a outros materiais formulados pelo movimento negro, por exemplo, que ao longo da história nacional

concentrou seus interesses na inserção do negro na sociedade pelo viés político enfatizando não apenas a raça, como também a classe, o que era entendido como originalmente de esquerda.

Mariza Corrêa apontou que ao contrário da ideia que se pretendia passar de uma revista sem público definido e que nas palavras de Aroldo Macedo seria “um grande ônibus, um trem”, que atenderia a “família inteira”, a abordagem em algumas seções, como a de moda e o *design* editorial bastante colorido poderiam remeter mais ao público feminino ou jovem. O editor Roberto Melo concordou em parte com essa afirmação justificando que de fato havia um direcionamento para esses dois públicos, pois, em comparação com os homens, o público feminino lia mais revistas e os jovens, de ambos os sexos, seriam mais afeitos às mudanças, menos acomodados e com mais chances de se identificar com o conteúdo proposto.

Além da transcrição do debate na Unicamp, uma edição sobre gênero e raça foi publicada pelos Cadernos Pagu ao final do ano de 1996, e alguns textos sobre a revista Raça presentes na publicação também serviram de base para este tópico. Algumas questões se mostraram importantes e serão sintetizadas a seguir.

A relação afetiva entre leitores e revista que é relatada nesses ensaios, demonstrava a carência que uma parte da população negra brasileira sentia em não se ver representada em imagens e conteúdos que expusessem seus problemas e questões do dia-a-dia, e que outras revistas já faziam desde sempre, para as pessoas brancas. Ao utilizar o *slogan* “A revista dos negros brasileiros” e negar nomenclaturas como moreno (a) ou mulato (a), a revista também adotou uma postura agregadora e que pode ser interpretada como uma ação politizada.

Em mais de uma ocasião se atentou para o uso da palavra Raça não apenas como referência à condição racial, mas enquanto sinônimo de garra, vontade de vencer. Esse, de fato pareceu ser um dos papéis principais da revista, transmutar ideias negativas em características positivas, dar novos significados e colocar o negro em posição de destaque.

Porém, a revista também apresentava imagens conflitivas, pois adaptava os estilos mais próximos do modelo burguês. Há a ressalva para o preço de algumas peças que não se encaixariam no padrão de vida da classe média, independentemente da cor dos indivíduos, ou seja, ao contrário do que os editores

quiseram passar no debate, a revista serviria a um consumidor diferenciado, ou que buscava se destacar através da questão econômica.

Não menos importante, a temática dos cabelos afro sempre se destacou como atributo ligado à feminilidade, à etnicidade e à corporeidade, nesse último mostrando que o corpo não se reduz apenas ao tom de pele.

As pesquisas sobre a revista Raça Brasil marcam um período de crescimento da visibilidade do negro nos meios de comunicação, do surgimento de um discurso para além do movimento negro que valoriza a beleza e as possibilidades de consumo de produtos dos mais variados.

Para além de tudo o que foi colocado, enquanto uma criança que gostava muito de revistas e cresceu com uma parte da família negra, a memória afetiva de folhear algumas páginas, ver produtos para cabelos que eu mesma também usava, inclusive com crianças na embalagem, ou admirar as atrizes de sucesso na época como Camila Pitanga e Taís Araújo, faziam eu me sentir de certa maneira representada.

### **3.2. Personagens e protagonistas negras: telenovelas refletindo as mudanças da sociedade**

Uma das principais mudanças que ocorreu com a pós-modernidade foi o acesso à informação e ao entretenimento. Para Stuart Hall (2014), o ano de 1968 marca o início dessa nova era da história global. A televisão ganhou cores e começou aos poucos a chegar aos lugares mais afastados dos grandes centros urbanos. No contexto brasileiro, onde esse processo ocorreu já na década de 1970, essa tecnologia se mostrava cada vez mais como um veículo indispensável de cultura.

Segundo Néstor Canclini (2006), a insegurança com a violência pública fez com que os indivíduos buscassem formas de sociabilidade restritas a ambientes selecionados, como a casa, a família e o círculo de amigos. A televisão, portanto, torna-se nesse momento um dos principais canais de comunicação entre o indivíduo e o mundo ao seu redor.

Assim como citado anteriormente, a partir da década de 1990 foi possível notar a mobilidade social e principalmente econômica de uma fração da população

negra. A possibilidade de consumo, o acesso à informação e à educação superior foram algumas das mudanças que serviram como base para uma transformação também nos modos de representação do negro nas telenovelas, atuando para além dos papéis de empregados ou escravos e no caso das mulheres principalmente sendo possível usufruir de identidades que não mais estivessem atreladas somente à doméstica ou ao estereótipo adaptado da “*mammy*” norte-americana.

O documentário “A negação do Brasil” (2000), realizado por Joel Zito Araújo, aborda de maneira bastante contundente essa história dos negros nas novelas brasileiras durante parte do século XX. A reação do público, os debates suscitados pelas tramas e os novos modelos de comportamento apontados, são um bom ponto de partida para analisar essas produções e suas reverberações em algumas novelas mais recentes.

A teledramaturgia brasileira, independentemente de qualquer falha, sempre teve importância fundamental no debate e na exposição de temáticas sociais, sendo as novelas um dos espaços mais favoráveis para isso, pois não exigem conhecimento formal prévio ou alfabetização, e constroem seu sentido através de imagens. Entretanto, apesar de ser um meio que não prevê nenhum conhecimento anterior, essas são plataformas que pertencem a um grupo dominante e que serve justamente para resguardar seus interesses, ou seja, o debate dos temas nem sempre é uma ação indiferente ou até mesmo benevolente, mas algo que dialoga com um projeto de nação, que nesse caso tende a aproximar-se da ideia de miscigenação e democracia racial.

O Estado e a sociedade também cumprem a função de educar o olhar, ou seja, se o negro não é representado ou visto em certos espaços pode-se pensar que ele compõe uma parcela muito pequena da população, ou até mesmo que ele não tenha qualificação para ocupar certos espaços. A ausência de negros nas novelas com a desculpa de que não existem profissionais à altura e o reconhecido caso do ator Sérgio Cardoso, que se pintou de preto para representar o protagonista da trama “A cabana do Pai Tomás” em 1969, também serviram de pauta para o trabalho de Araújo (2000). No documentário “A negação do Brasil”, e em outros diversos relatos, atrizes e atores indicam que, ao contrário do que possa parecer, muitos negros e negras, até mesmo pela forte influência do Teatro Experimental do

Negro, fundado na década de 1940, poderiam sim ter interpretado diversos papéis de maneira profissional.

Entre 1970 e 1990, a ascensão econômica e os relacionamentos inter-raciais, serviram de matéria-prima para alguns personagens negros, contudo não havia muita visibilidade nem relevância social em suas vivências se comparada com as dos personagens brancos. Nessa época, o movimento negro chegou a exercer certa pressão sobre as emissoras de TV, para barrar cenas que sugerissem humilhações como ocorreu com a novela “Pátria Minha”, de 1994, onde a pressão resultou em um pedido público de desculpas e em uma cena com viés “educativo”.

Em 1995, segundo Grijó e Sousa (2011), em decorrência da implantação do Plano Real e da mobilidade de uma parcela da população para a classe média, a presença de negros começou a ser mais visada pelos autores das tramas.

Como exemplo dessa representação, temos a telenovela *A Próxima Vítima* (1995), de Silvio de Abreu, que retratou uma família de classe média encabeçada por Fátima (Zezé Motta), o marido Cleber (Antonio Pitanga) e os filhos Sidney (Norton Nascimento), Jefferson (Lui Mendes) e Patrícia (Camila Pitanga). E, diferentemente de outros personagens negros presentes em outras telenovelas, eles tinham participação ativa na narrativa, sendo inclusive uma das polêmicas da história devido à homossexualidade de um dos filhos da família (2011, p.5).

Até o fim dessa década foram observados outros casos, nem sempre seguidos de grandes debates ou de personagens expressivos para a história, mas que contribuem de certa forma com a questão da representatividade se comparados com as épocas anteriores.

Já neste século, em razão das ações afirmativas e outras políticas públicas de igualdade racial, bem como as mudanças que essas ações representaram para a vida prática da população negra, mesmo que de maneira inicial, começamos a observar novas dinâmicas e papéis não tão estereotipados. Os novos papéis desempenhados pelos negros e a relação desses personagens com o público, seja por suscitar debates, seja pelo desejo de consumo de itens de moda, são temáticas abordadas nos próximos parágrafos.



Figura 4: Colagem – A família negra da novela “A próxima vítima” e a Helena, interpretada por Taís Araújo na novela “Viver a vida”.

As novelas, além de retratar fragmentos da sociedade, apresentaram de maneira contundente personagens que podem inspirar o consumo de roupas e acessórios pela população. Um exemplo que vale ser ressaltado é o da prostituta Bebel, vivida por Camila Pitanga, na novela Paraíso Tropical de 2007.

Bebel se adequava ao estereótipo da mulata, e a ela foram atribuídos tanto pelo autor Gilberto Braga, quanto pela crítica, adjetivos como sensual, vulgar, “gostosa”. As roupas da personagem foram tendência na época e serviram de inspiração tanto para as passarelas quanto para a moda das ruas em um fluxo de forças heterogêneas. *Bodys* que deixavam o corpo à mostra e estampas de animais também reforçavam a imagem da mulher negra como sendo dotada de um caráter exótico e sexual.

Nos estudos que serviram de base para esta pesquisa, a despeito da ausência de marketing social na trama, onde não houve debate da questão racial atrelada à Bebel, as referências de sua ocupação e origem, nordestina e pobre, foram os pontos mais marcantes nas análises sobre a personagem. É importante ressaltar, portanto, que sendo a atriz Camila Pitanga, uma mulher negra de pele

clara, cabelos com cachos e textura mais próxima do liso e poucos traços fenotipicamente negros há a possibilidade de situá-la, conforme o desejo do autor e os assuntos abordados por ele, tanto como negra, quanto como “morena” e assim ausentar de sua existência qualquer debate de cunho racial.



Figura 5: Colagem – A roupas da prostituta Bebel, de “Paraíso Tropical”.

Algum tempo depois do sucesso de Bebel, outra novela teve como personagem central uma mulher negra. A “Helena” da novela “Viver a vida”, foi o primeiro papel interpretado por uma protagonista negra no horário nobre da Rede Globo. Taís Araújo, que em outros momentos já havia encarnado papéis de destaque não conseguiu convencer a audiência nesse momento. A personagem, que ficou no ar entre 2009 e 2010, era uma ex-modelo renomada, jovem e segura de si que abandonou a carreira para se casar com um empresário mais velho, interpretado por José Mayer. Porém, todas essas características positivas de Helena a afastavam das outras personagens homônimas, criadas pelo autor Manoel Carlos,



e que eram sempre mulheres que venciam dificuldades após sofrer com problemas familiares e amorosos.

A questão racial também não foi mencionada na trama e todos os problemas da personagem foram atribuídos à dificuldade de relacionamento com sua enteada Luciana, também modelo, e com a ex-esposa de seu marido que invejava sua beleza e jovialidade.

#### 4. “A REVOLUÇÃO SERÁ CRESPA E NÃO NA TV...”<sup>9</sup>

O desenvolvimento dos meios de comunicação e a integração de pautas negras nos conteúdos elaborados no fim do século XX representaram avanços consideráveis, entretanto, com o início do século XXI, a facilidade do acesso às novas tecnologias provocou mudanças ainda maiores na relação dos indivíduos com a sociedade.

Bruna Fernandes (2013) esclarece, em sua dissertação sobre a relação entre os blogs de moda e a influência que exercem nos comportamentos de consumo que, “A internet existe desde a década de 60 e nessa altura era utilizada para fins militares e acadêmicos. [...] sua utilização comercial começou apenas na década de 90. Desde então sua evolução tem sido exponencial” (FERNANDES, p. 16).

No caso do Brasil, o acesso aos computadores e à internet ocorreu de forma gradual devido ao alto valor das máquinas e à dificuldade de se conectar, já que isso depende da instalação de aparato específico. Em meados da primeira década deste século começaram a surgir as redes sociais, salas de bate-papo e fóruns dos mais variados assuntos. O fácil acesso à informação e a possibilidade de falar por si mesmo foram alguns dos atrativos dessa nova forma de comunicação.

Outro ponto que deve ser ressaltado é o crescimento do uso de aparelhos celulares conectados à internet, que segundo o Instituto Data Popular alcançou em 2015 a marca de 47% da população, algo por volta de 81,5 milhões de pessoas. A possibilidade de ter informações ao alcance das mãos, porém, não impede que as notícias sejam pouco aprofundadas, e que necessitem de atenção.

Recentemente com o crescimento acelerado de plataformas como o *Youtube*, o *Facebook* e o *Instagram* algumas pautas ganharam ainda mais notoriedade. Para além da influência de movimentos políticos e sociais que se organizam *off-line*, os debates sobre feminismo e racismo, por exemplo, tornam-se cada vez mais comuns e chegam a um número muito maior de pessoas com a facilidade de um toque.

A preferência por imagens e vídeos que sejam de fácil assimilação e não demandem tempo também torna menos complicada a veiculação de ideias,

---

<sup>9</sup> Trecho da música “Ouça-me” da rapper paulista Tássia Reis. Temas como a valorização do negro, de sua beleza e potencial, bem como mensagens feministas são recorrentes em suas letras que tratam tanto de sua experiência pessoal quanto de experiências partilhadas com outras pessoas negras.

principalmente entre os mais jovens. Sobre este assunto, o Coletivo Feminista Não Me Kahlo expõe na parte introdutória de seu livro:

É muito improvável que uma pessoa que está navegando pelas redes sociais queira parar para ler um artigo acadêmico de vinte páginas sobre o feminismo, não é? Porém, essa mesma pessoa estará disposta a assistir a um vídeo, a ver uma imagem ou a ler um texto menor que lhe interesse. Sendo assim, alguém que nunca tenha tido contato com o feminismo passa a tê-lo e a compreender melhor nossa agenda (2016, p.13).

O movimento feminista e pelos direitos dos negros, ao se inserir nos espaços de debate da internet sofrem mudanças não apenas no que tange aos discursos, mas principalmente em relação às suas práticas. No período da pós-modernidade observa-se a apropriação e manipulação de ideais que presam o bem estar-social em detrimento da estrutura capitalista. Um exemplo é o *slogan* “*Girl Power*”, que nos anos 1990, foi utilizado para incentivar a força feminina materializada em produtos e na cultura *pop*.

Atualmente também é possível identificar o uso do discurso de empoderamento, algo como tornar-se “poderoso” através de atitudes e conscientização sobre determinados assuntos que concernem à sua própria experiência, enquanto dispositivo imprescindível para a mudança social, simplificando as demandas e transformando-as em ações individualizadas e apolíticas.

O foco no sucesso das mulheres, o incentivo à tomada do mercado de trabalho, o empreendedorismo e o acúmulo de funções em busca de independência financeira se convertem em gastos com produtos, o que conseqüentemente incentiva o mercado a produzir uma quantidade cada vez maior de itens para serem consumidos por esse público. Além disso, também é importante dar atenção aos modelos de beleza veiculados pela publicidade e ditados arbitrariamente pela indústria.

As revistas e a televisão cumpriram muito bem seu papel de disciplinar o corpo feminino apesar de limitar a poucos exemplos os modos de ser mulher. Ao contrário dos meios tradicionais, a internet possibilitou que mais tipos de beleza fossem considerados. No caso das mulheres negras, apesar da visibilidade em campanhas publicitárias ter aumentado nos últimos anos, ainda não representa uma quebra total dos padrões impostos, mas uma adaptação necessária para suprir um

público ávido por se ver representado. Os cabelos lisos e sem defeitos aos poucos são substituídos por cachos igualmente perfeitos que quase sempre compõe o visual de mulheres jovens, magras e de pele mais clara.

A criação e disseminação de imagens e discursos destinados ao público formado por mulheres negras e jovens serão abordadas a seguir, por meio da exposição de alguns exemplos de mídias e produtoras de conteúdo no espaço da internet.

#### **4.1. Blogs**

Com o desenvolvimento rápido da internet e a possibilidade de expressão para além das mídias tradicionais, surgiram os primeiros blogs, plataformas que concentram textos e imagens produzidos por pessoas que não são necessariamente especialistas em determinado assunto, mas que decidiram compartilhar opiniões, experiências e conhecimentos.

No Brasil, os blogs de moda e beleza começaram a se tornar comuns em meados da primeira década do século XIX e eram páginas pessoais, em sua maioria, destinadas para análise e resenha de produtos, tópicos relacionados à moda de rua e dicas de compras. Segundo pesquisa desenvolvida por Fernandes (2013), com o advento da internet o comportamento dos consumidores passou por muitas mudanças, e a geração de conteúdos nos meios digitais tornou-se mais relevante para a decisão de compra de terceiros do que os *reviews* fornecidos pelos fabricantes, por exemplo. Aos poucos começou a se delinear a dinâmica que é observada atualmente, onde as *blogueiras*, que em certa medida representam os interesses do consumidor, passaram a ser parte fundamental na intermediação das relações entre as marcas e seu público-alvo.

As resenhas de produtos de beleza para as mulheres negras mostraram-se importantes. Partindo do pressuposto de que até pouco tempo atrás poucas mulheres negras protagonizavam publicidades de moda de maneira significativa e que o acesso às informações sobre os produtos mais indicados de acordo com a textura dos cabelos ou características da pele estava restrito a espaços muito específicos, a possibilidade de poder se informar sobre o produto mais apropriado para sua situação significou um grande avanço. O apelo das resenhas para esse

público pode ser justificado também pelo fato de configurar-se como um grupo jovem, e que mesmo possuindo poder de compra não é ele próprio o controlador do dinheiro, ou seja, todas as informações que possam influenciar em uma aquisição mais consciente é bem aceita.

A interação entre *blogueira* e leitora mostra-se bastante significativa se observada pelo viés da representatividade. Tendo em vista que muitas dessas produtoras de conteúdo digital são hoje importantes influências para o público jovem, a forma como elas se expressam, seu estilo, ideias e até mesmo seu biotipo constituem códigos de comportamento que são incorporados às práticas cotidianas de suas seguidoras. Nesse ponto, *blogueiras* negras exercem uma função bastante particular ao servir de modelo para suas semelhantes, ao passo que, no Brasil, a maioria das profissionais de internet bem-sucedidas na área de moda e beleza são entendidas fenotipicamente enquanto brancas.

Em 2007, a carioca Carla Lemos lançou seu *blog* pessoal, chamado “Modices”. Em uma das postagens a autora se define como fruto da mistura brasileira por possuir origens negras e brancas. No site, Carla e sua equipe publicam assuntos relacionados a questões como cultura, feminismo, história e brasilidade, além de moda e beleza. O alinhamento com o feminismo se reflete em pautas que abordam questões femininas para além da beleza, como observado na seção “Empodere-se”, onde são debatidos assuntos como corpos fora do padrão, sexualidade, e histórias de vida que não são veiculadas normalmente pela mídia tradicional, ou entendidas como o ideal.

Há ainda, uma curadoria especial de imagens, feita por Vitor, fotógrafo e namorado de Carla. As fotos do blog são todas muito coloridas e tentam transparecer felicidade e construir através das imagens uma relação entre o Rio de Janeiro, que é cenário da maioria das fotos, e a *blogueira*. O *lifestyle* carioca-colorido pode ser observado não só através do visual – cabelo, maquiagens, roupas e atitude -, mas também nas marcas utilizadas, nos lugares frequentados e até mesmo na decoração da casa.

Na seção “Cultura”, existe uma postagem sobre a visita de Angela Davis, consagrada escritora e feminista negra, ao Brasil, além da indicação de séries norte-americanas com elenco e temática negra, dicas de rappers nacionais para conhecer,

tudo isso em meio a outras várias indicações de festas e conteúdos dos mais diversos. Nos posts da seção “Moda”, todas as sugestões de uso possuem ao menos um exemplo de roupa vestida por uma mulher negra.



Figura 6: Colagem - Carla Lemos.

O *blog* conta ainda com um grupo destinado às leitoras (e alguns poucos leitores) na rede social *Facebook*. Nesse grupo são debatidos temas variados, que podem surgir tanto de assuntos abordados por Carla em seu *site*, quanto podem servir de fonte para ele. A *blogueira* é a administradora da comunidade e mantém uma interação com seu público, respondendo dúvidas e deixando sua opinião nas publicações feitas pelas outras participantes.

Outro ponto que vale ser destacado é que Carla Lemos é uma das poucas, senão a única, *blogueira* negra a atingir notoriedade na área de moda e beleza no Brasil, além de conseguir manter sua plataforma há 10 anos no mercado. Sobre isto podem ser levantadas algumas hipóteses: a primeira delas seria o fato da blogueira viver em uma capital, que além de ser um centro urbano é também um dos cartões postais do Brasil e onde a vida social é atrativa. Outra hipótese é a de que, há 10

anos o acesso à internet não era tão simples, a utilização era restrita e provavelmente não havia tanta receptividade às mulheres negras. Por último, é importante ressaltar que Carla é uma mulher negra de pele mais clara, possui traços mais próximos ao ideal branco, é magra e apesar de assumir cabelos cacheados atualmente, no começo do blog tinha cabelos alisados.

## 4.2. Youtube

Ao possibilitar a veiculação e o compartilhamento de vídeos de maneira gratuita e simples, o *Youtube* revolucionou a interação dos usuários de internet e se tornou uma das plataformas mais lucrativas e populares da atualidade. Assim como os *blogs*, essa plataforma constitui-se de conteúdos produzidos por pessoas que desejam compartilhar sua impressão sobre determinado assunto.

Com conteúdos mais atrativos e variados que os dos canais de televisão tradicionais, o *Youtube* destaca-se entre o público jovem. Os vídeos, na maioria das vezes, não exigem reflexões complexas ou conhecimento prévio e diferente dos *blogs*, que são basicamente formados por texto, permitem uma liberdade maior para o espectador, que pode escolher, quando, onde e com qual aparelho eletrônico irá acessar o conteúdo.

Em julho de 2017, o *Google BrandLab* São Paulo, projeto do *Google* com foco em estratégias digitais para marcas, publicou uma pesquisa sobre o crescente interesse das mulheres brasileiras por cabelos crespos e cacheados. Os dados indicam que nos últimos dois anos a procura por dicas sobre cabelo afro cresceu 309% e superou, pela primeira vez na história da plataforma, a busca por cabelos lisos. Ainda segundo a pesquisa, uma em cada três mulheres utiliza o *Youtube* para encontrar informações sobre beleza.

Rayza Nicácio, de 24 anos, é um dos destaques na área de moda e beleza no *Youtube* com mais de um milhão de inscritos em seu canal. Rayza publica vídeos há mais de seis anos, e trata de assuntos como cabelos, moda, estilo de vida, decoração e religião, já que se considera cristã. Além do canal mantém paralelamente um *blog* e uma conta no *Instagram* que servem como suporte para o conteúdo postado no *Youtube* e canal direto para a interação com seus seguidores.

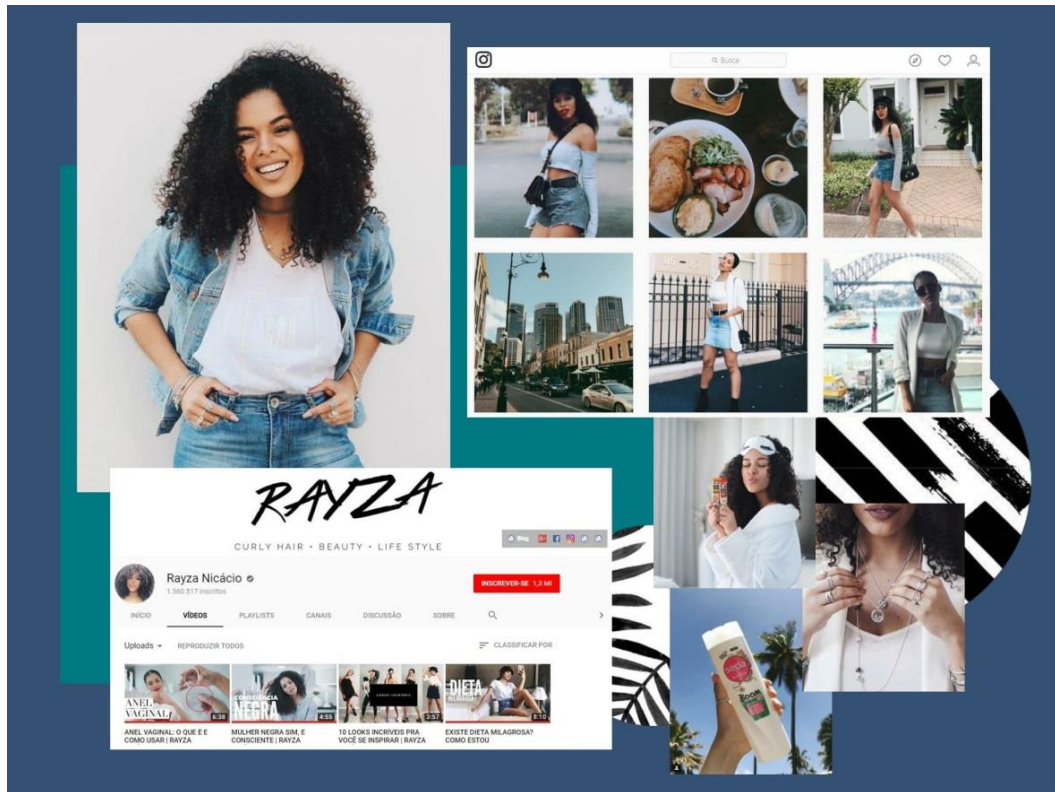


Figura 7: Colagem - Rayza Nicácio.

Rayza vive no interior de São Paulo, na cidade de Campinas e atualmente pode ser vista em propagandas do *e-commerce* Zattini, dos produtos para cabelos cacheados das marcas Seda e *TRESemmé*, além de postagens onde anuncia produtos de empresas renomadas como O Boticário, Dove, M.A.C. Cosmetics, Pandora e muitas outras que vendem desde acessórios e roupas até alimentos e artigos de decoração. Além de ser garota-propaganda de uma longa lista de marcas, ela também produz conteúdos para outros canais de beleza.

Novamente é importante ressaltar que, por ter a pele clara, traços idealizados, ser magra e ter cabelos sempre irretocáveis, pode ser menos complicado associar a imagem de Rayza Nicácio a produtos tão variados. Mesmo no *Youtube* há pouca visibilidade para pessoas negras, independente do tom de pele, o que se fez notório ao longo da pesquisa realizada previamente para elaboração deste trabalho, portanto importa frisar que, para pessoas de pele retinta a invisibilidade é observada de maneira mais contundente, seja pelo baixo número de inscritos, seja pela ausência desses indivíduos em publicidades do *site*.



### 4.3. Instagram

A mais recente das redes sociais a obter êxito através da utilização em massa por seus usuários é o *Instagram*, rede de compartilhamento de imagens. Essa plataforma possui duas funções que podem ser utilizadas de maneira complementar: as histórias, ou *stories* em inglês, onde podem ser postados vídeos e fotos que expiram no prazo de 24 horas, e o arquivamento de fotos em ordem cronológica. É possível também adicionar legendas e *hashtags* (#) que facilitam a localização de imagens de acordo com temas e palavras.

O *Instagram* é uma espécie de portfólio para produtores de conteúdo, e permite que o indivíduo estabeleça sua marca pessoal através da história contada pelas fotos organizadas em seu perfil. A plataforma constitui um modo ainda mais rápido de se informar sobre um assunto, pois prioriza o uso de imagens e textos curtos.

Diferente do *Youtube* e dos *blogs*, gerar conteúdos no *Instagram* é rápido, não exige edições criteriosas e é bastante espontâneo, ou seja, qualquer pessoa pode conseguir um número alto de seguidores se produzir e/ou compartilhar conteúdos relevantes e que agradem os demais. Por seu caráter espontâneo, muitas marcas acabam associando-se a figuras de destaque nos mais variados nichos de mercado como forma de promover seus produtos atrelando-os a opinião de pessoas comuns. Essa relação entre empresas e “influenciadores digitais” ocorre de forma simbiótica, uma vez que esses indivíduos acabam utilizando parte da gratificação obtida com publicidade, e que pode vir de diferentes formas entre elas dinheiro, produtos e serviços, em suas próprias contas do *Instagram*, financiando suas postagens para que elas atinjam públicos cada vez maiores.

A *Youtuber* Nátaly Neri é um exemplo de “influenciadora digital” que utiliza de sua popularidade para debater assuntos relacionados à moda e beleza, bem como questões sobre sexualidade e raça nas redes sociais. Assim como a maioria dos jovens que se ocupam de trabalhos ligados a produção de conteúdo na internet, Nátaly também utiliza sua conta no *Instagram* como apoio para a divulgação de seus vídeos e meio de comunicação com seus espectadores.

Com pouco mais de 200 mil seguidores, e um perfil com identidade visual consolidada, Nátaly Neri apresenta-se como um bom exemplo de sucesso no

*Instagram*, e mesmo sem reproduzir um padrão idealizado de mulher, foi capaz de conseguir certa visibilidade com suas publicações. Outro ponto que deve ser ressaltado é que por abordar temáticas políticas e progressistas, sua influência no *Youtube* não é tão significativa se comparada a de outras mulheres negras que se debruçam sobre temas mais amenos, como moda e beleza, por exemplo.

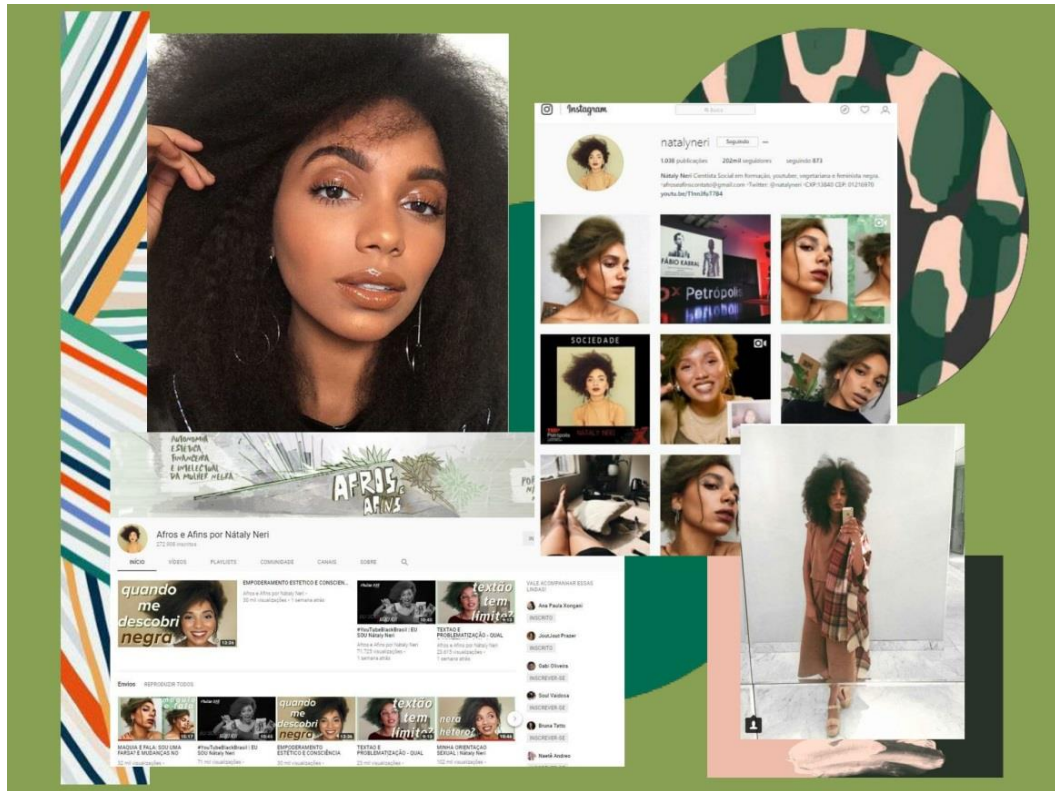


Figura 8: Colagem - Nátaly Neri.

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Através da exposição de fatos históricos e exemplos, pretendeu-se ao longo deste trabalho produzir argumentos necessários para embasar a hipótese de que as mulheres negras, por sua experiência social específica, estariam predispostas à situação de invisibilidade social. Pode-se concluir que não apenas as questões de gênero e raça exercem influência nessa situação como, dentro do próprio grupo, as características fenotípicas mais próximas do ideal eurocêntrico configuram-se como “vantagens” no que tange à representatividade e à valorização expressada pelo pensamento hegemônico.

A abordagem das tecnologias e da moda enquanto plataformas para a visibilidade das mulheres negras constituiu o caráter inovador deste trabalho, e pode servir de incentivo para o desenvolvimento de outras produções sobre o assunto, visto que ainda há muito para ser explorado, como por exemplo, as especificidades das produtoras de conteúdo negras no mercado de moda e beleza.

As referências bibliográficas utilizadas mostraram-se suficientes para construir uma base argumentativa para o trabalho, entretanto, pelo número reduzido de pesquisas na área de moda que abordem a questão racial na contemporaneidade e desvinculada da cultura popular, foi necessário recorrer a outras áreas do conhecimento, como a História e as Ciências Sociais. Ainda sobre este tópico, importa dizer que mesmo com certa dificuldade foi possível utilizar fontes produzidas por mulheres negras, e apesar da inviabilidade de anexar alguns temas ao corpo do trabalho, esse fato representou algo importante do ponto de vista dos discursos acadêmicos veiculados na área de moda.

Apesar de constatar através deste trabalho que muitos espaços começaram a incluir pessoas negras, até mesmo como protagonistas, e que o acesso ao consumo e à melhores condições sociais foi possível com a implementação de políticas públicas nas últimas décadas, essa mudança não significou o abrandamento do preconceito racial, como pode ser observado através dos noticiários e das redes sociais. Entretanto, a partir da visibilidade e do impacto do debate racial na articulação e autoestima da população negra, pode-se constituir uma mudança efetiva no futuro.

Sobre a questão do debate racial, é importante salientar as plataformas disponíveis na internet como espaço propício para a difusão de conceitos e discursos para o público mais jovem. Assuntos como a valorização dos cabelos, a importância da autoestima, e a vivência coletiva podem ser o início para a conscientização dos indivíduos e a modificação das estruturas sociais.

Outro ponto que deve ser observado e necessita de reflexões mais profundas é o conceito de Mariza Corrêa sobre a valorização das mulatas em relação à mulher negra de pele escura e como ele ocorre no contexto atual. Ao observar as principais representantes negras nas plataformas digitais é nítida a valorização da beleza negra que tende a privilegiar as peles claras, não apenas pelos conteúdos abordados em vídeos ou postagens, mas principalmente pela ausência, ou utilização conveniente e específica, de pautas como o racismo ou opressões ligadas à cor.

A auto-declaração étnica passa nas últimas décadas por mudanças significativas, que são tanto o reflexo quanto o impulso para as mudanças das políticas públicas e dos meios de comunicação. Entretanto, muito ainda deve ser considerado criticamente, tanto para elucidar a falsa sensação de que a internet é um espaço democrático que independe de condição econômica e social, quanto para delimitar como ocorrem as dinâmicas entre criadores de conteúdo, marcas e público.

## 6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALBUQUERQUE, Wlamyra R. de; FILHO, Walter Fraga. *Uma história do negro no Brasil*. Salvador: Centro de Estudos Afro-Orientais; Brasília: Fundação Cultural Palmares, 2006.

ALMEIDA, Deyse Pinto de. *Os diferentes papéis da moda no universo Hip Hop*. 2015. 123p. Dissertação (Mestrado em Artes, Cultura e Linguagens) – Instituto de Artes e Design, Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora.

ALMEIDA, Regina Célia Bichara Varella de. *De Iracema à Bebel: as representações do Paraíso Tropical*. In: XIX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste. 11 p., 2014, Vila Velha. *Anais...* Vila Velha: INTERCOM, 2014. Disponível em: < [http://www.portalintercom.org.br/anais/sudeste2014/lista\\_area\\_DT04.htm](http://www.portalintercom.org.br/anais/sudeste2014/lista_area_DT04.htm)>. Último acesso em: 22/10/2017.

BARBOSA, Eryl Guedes; SILVA, Silvano Alves Bezerra. *Mulheres invisíveis: a imagem da mulher negra no jornalismo de revista feminino brasileiro*. Cambiassu – Edição Eletrônica – Revista Científica do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal do Maranhão-UFMA. São Luís: ano XIX , n. 5, vol. 1, jan./dez. de 2009. Disponível em: < [http://www.cambiassu.ufma.br/cambi\\_2009/silvano.pdf](http://www.cambiassu.ufma.br/cambi_2009/silvano.pdf)>. Último acesso em: 18/10/2017.

BARBOSA, Livia; CAMPBELL, Colin (Org.). *Cultura, consumo e identidade*. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006.

BASTIDE, Roger; FERNANDES, Florestan. *Branços e negros em São Paulo*. São Paulo: Global Editora, 2008.

BELELI, Iara. *Corpo e identidade na propaganda*. Florianópolis: Revista Estudos Feministas, jan-abr, 2007.

BENTO, Maria Aparecida Silva. A mulher negra no mercado de trabalho. Revista Estudos Feministas, n. 2, vol. 3, 1995. Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/ref/article/view/16466/15036>>. Último acesso em: 18/10/2017.

BERTON, Tamissa Juliana Barreto; HARGER, Patrícia Helena Campestrini. *Moda afro-brasileira: as abordagens da inspiração africana refletida na moda brasileira*. XI Congresso Internacional de História - UTFPR. 2013. Disponível em: <[http://www.cih.uem.br/anais/2013/trabalhos/92\\_trabalho.pdf](http://www.cih.uem.br/anais/2013/trabalhos/92_trabalho.pdf)>. Último acesso em: 18/10/2017.

BITTENCOURT, Maíra; MOTTA, Bruna Seibert; VIANA, Pablo Moreno Fernandes. *A influência de Youtubers no processo de decisão dos espectadores: uma análise no segmento de beleza, games e ideologia*. Revista E-compós, n. 3, vol. 17, set./dez.

2014. Disponível em: <<http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/search/advancedResults>>. Último acesso em: 21/10/2017.

BITTENCOURT, Renata. *Modos de negra e modos de branca: o retrato “baiana” e a imagem da mulher negra na arte do século XIX*. 2005. 169 p. Dissertação (Mestrado em História da Arte e da Cultura) – Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Estadual de Campinas, Campinas.

BONADIO, Maria Claudia. *Moda e publicidade no Brasil nos anos 1960*. 1ª ed.. São Paulo: Editora nVersos, 2014.

BRASIL. Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada. *Dossiê mulheres negras: retrato das condições de vida das mulheres negras no Brasil*. Organização de Mariana Mazzini Marcondes; Luana Pinheiro; Cristina Queiroz; Ana Carolina Querino; Danielle Valverde. Brasília: IPEA, 2013. Disponível em: <[http://www.ipea.gov.br/portal/images/stories/PDFs/livros/livros/livro\\_dossie\\_mulheres\\_negras.pdf](http://www.ipea.gov.br/portal/images/stories/PDFs/livros/livros/livro_dossie_mulheres_negras.pdf)>. Último acesso em: 08/10/2017.

CAMPOS, Cláudia Renata Pereira. *A presença da afro-brasilidade na trajetória profissional da designer Goya Lopes*. 10º Colóquio de Moda – 7ª Edição Internacional -1º Congresso Brasileiro de Iniciação Científica em Design e Moda. 2014.

CANCLINI, Néstor G.. *Culturas híbridas, poderes oblíquos*. In: *Culturas híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade*. São Paulo: Edusp, 2006.

CARNEIRO, Leila Cláudia de Farias Manguiera. *Raça negra: A moda desmistificando conceitos*. 11º Colóquio de Moda – 8ª Edição Internacional- 2º Congresso Brasileiro de Iniciação Científica em Design e Moda. 2015. Disponível em: <[http://www.coloquiomoda.com.br/anais\\_ant/anais/11-Coloquio-de-Moda\\_2015/POSTER/PO-EIXO3-CULTURA/PO-3-RACA-NEGRA.pdf](http://www.coloquiomoda.com.br/anais_ant/anais/11-Coloquio-de-Moda_2015/POSTER/PO-EIXO3-CULTURA/PO-3-RACA-NEGRA.pdf)>. Último acesso em: 18/10/2017.

COLETIVO NÃO ME KAHLO. *#MeuAmigoSecreto: Feminismo além das redes*. 1ª edição. Rio de Janeiro: Edições de Janeiro, 2016.

CORRÊA, Mariza. *O mistério dos orixás e das bonecas: raça e gênero na antropologia brasileira*. Lisboa: Revista Etnográfica, Vol. IV (2), 2000. Disponível em: <[http://ceas.iscte.pt/etnografica/docs/vol\\_04/N2/Vol\\_iv\\_N2\\_233-266.pdf](http://ceas.iscte.pt/etnografica/docs/vol_04/N2/Vol_iv_N2_233-266.pdf)>. Último acesso em: 08/10/2017.

\_\_\_\_\_. *Sobre a invenção da mulata*. Campinas: Cadernos Pagu, n.6/7. Campinas: 1996. Disponível em: <<https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/cadpagu/article/view/1860/1981>>. Último acesso em: 08/10/2017.

CRANE, Diana. *A moda e seu papel social: classe, gênero e identidade nas roupas*. São Paulo, SENAC, 2006.

D'ALLEVEDO, Pedro Tadeu Faria. *Bailes blacks: música e sociabilidade nas noites paulistanas*. 29ª Reunião Brasileira de Antropologia. Natal: 2014. Disponível em: <[http://www.29rba.abant.org.br/resources/anais/1/1402015036\\_ARQUIVO\\_BailesBlack\\_musicaesociabilidadenasnoitespaulistanas.pdf](http://www.29rba.abant.org.br/resources/anais/1/1402015036_ARQUIVO_BailesBlack_musicaesociabilidadenasnoitespaulistanas.pdf)>. Último acesso em: 18/10/2017.

DAMASCENO, Janaína. *O corpo do outro. Construções raciais e imagens de controle do corpo feminino negro: O caso da Vênus Hotentote*. Florianópolis: Fazendo gênero 8 – Corpo, violência e poder. 2008.

DAMATTA, Roberto. *O que faz o brasil, Brasil?* Rio de Janeiro: Editora Rocco, 1986.

ERLEA, Melody Brasil Erler von. *Uso do imaginário cultural negro e apropriação cultural na moda ocidental*. 2015.

ESCOBAR, Giane Vargas; WINCH, Rafael Rangel. *Os lugares da mulher negra na publicidade*. Santa Maria: Cadernos de comunicação, vol.16, n.2, jul./dez. de 2012. Disponível em: <<https://periodicos.ufsm.br/ccomunicacao/article/view/8229>>. Último acesso em: 08/10/2017.

FACINA, Adriana; LOPES, Adriana Carvalho. *Cidade do funk: expressões da diáspora negra nas favelas cariocas*. Revista do Arquivo Geral da cidade do Rio de Janeiro. n. 6, 2012. Disponível em: <[http://wpro.rio.rj.gov.br/revistaagcrj/wp-content/uploads/2016/11/e06\\_a19.pdf](http://wpro.rio.rj.gov.br/revistaagcrj/wp-content/uploads/2016/11/e06_a19.pdf)>. Último acesso em: 16/10/2017.

FANON, Frantz. *Pele negra, máscaras brancas*. Tradução de Renato da Silveira. Salvador: EDUFBA, 2008.

FÉLIX, João Batista de Jesus. *Chic Show e Zimbabwe e a construção da identidade nos bailes Black paulistanos*. 2000. 202 p. Dissertação (Mestrado em Antropologia Social) – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo.

FERNANDES, Bruna Barbosa Belchior. *A influência dos blogs de moda e beleza no comportamento das seguidoras*. 2013. 123p. . Dissertação (Mestrado em Marketing) – Faculdade de Economia, Universidade do Porto, Porto.

FERREIRA, Luzia Gomes; FREITAS, Joseania Miranda; MONTEIRO, Juliana. *As roupas de crioula no século XIX, e o traje de beca na contemporaneidade: uma análise museológica*. Chapecó: Revista Cadernos do CEOM, vol.19, n.24, jul. 2006. Disponível em: <<https://bell.unochapeco.edu.br/revistas/index.php/rcc/article/view/2084/1161>>. Último acesso em: 18/10/2017.

GARCIA, Tânia da Costa. *Uma e muitas baianas*. In: *O “it verde e amarelo” de Carmem Miranda (1930-1946)*. São Paulo: Annablume Editora, 2004.

GILLIAM, Angela; GILLIAM, Onik'a. *Raça Brasil: Por quem, Para quem*. Cadernos Pagu, n.6/7. Campinas: 1996. Disponível em: <

<https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/cadpagu/article/view/1873>>. Último acesso em: 18/10/2017.

GOOGLE BRANDLAB. *Dossiê BrandLab: A Revolução dos Cachos*. Julho de 2017. Disponível em: <<https://www.thinkwithgoogle.com/intl/pt-br/advertising/channels/v%C3%ADdeo/revolucao-dos-cachos/>>. Último acesso em: 08/10/2017.

GONZALEZ, Lélia. *Mulher negra*. Versão, com algumas modificações, da comunicação “The woman’s place in the brazilian society”. 1984.

\_\_\_\_\_. *Racismo e sexismo na cultura brasileira*. São Paulo: Revista Ciências Sociais Hoje - Anpocs, 1984.

GRIJÓ, Wesley Pereira; SOUSA, Adam Henrique Freire. *O negro na telenovela brasileira: A representação nas telenovelas da TV Globo na década de 2000*. In: XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. 16 p., 2011, Recife. *Anais...* Recife: INTERCOM, 2011. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2011/busca.htm?query=O+negro+na+telenovela+brasileira%3A+A+representa%E7%E3o+nas+telenovelas+da+TV+Globo+na+d%E9cada+de+2000.+>>>. Último acesso em: 28/10/2017.

GUIMARÃES, Antonio Sérgio Alfredo. *Racismo e anti-racismo no Brasil*. São Paulo: Editora 34. 2ª Edição, 2005.

GUIMARÃES, Maria Eduarda Araujo. *Moda, cultura e identidades*. IV ENECULT – Encontro de estudos multidisciplinares em cultura. Faculdade de Comunicação – UFBA. Salvador: 2008. Disponível em: <<http://www.cult.ufba.br/enecult2008/14326.pdf>>. Último acesso em: 08/10/2017.

HALL, Stuart. *Que “negro” é esse na cultura negra?* In: *Da diáspora: Identidades e mediações culturais*. Organização de Liv Sovik; Tradução de Adelaine La Guardia Resende. Belo Horizonte: Editora UFMG; Brasília: Representação da UNESCO no Brasil, 2003.

\_\_\_\_\_. *A identidade cultural na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: Lamparina, 2014.

\_\_\_\_\_. *Representation: cultural representations and signifying practies*. Londres: SAGE Publications, 1997.

HARDMAN, Aline Souza. *Pencas de balangandãs: construção histórica, visual e social das “crioulas” no século XIX*. 2015. 128 p. Dissertação (Mestrado em Arte e Cultura Visual) – Faculdade de Artes Visuais, Universidade Federal de Goiás, Goiânia.

HASENBALG, Carlos A. *O negro na publicidade*. In: GONZALEZ, Lélia; HASENBALG, Carlos. *Lugar de negro*. Rio de Janeiro: Editora Marco Zero, 1982.



HOOKS, bell. *Alisando o nosso cabelo*. Revista Gazeta de Cuba- Unión de escritores y Artista de Cuba, janeiro-fevereiro de 2005. Tradução do espanhol de Lia Maria dos Santos. Disponível em: <<http://coletivomarias.blogspot.com.br/search?q=alisando+nosso+cabelo>>. Último acesso em: 08/10/2017.

\_\_\_\_\_. *Mulheres negras: moldando a teoria feminista*. Brasília: Revista brasileira de ciência política, n. 16, jan-abr de 2015. Tradução de Roberto Cataldo Costa. Disponível em: <<http://periodicos.unb.br/index.php/rbcp/article/view/15309/10931>>. Último acesso em: 18/10/2017.

KILOMBA, Grada. *A máscara*. In: *Plantation Memories: Episodes of Everyday Racism*. Tradução de Jessica Oliveira de Jesus. Münster: Unrast Verlag. 2ª Edição, 2010.

KLEINA, Claudio; RODRIGUES, Karime Smaka Barbosa. *Metodologia da pesquisa e do trabalho científico*. Curitiba: Iesde Brasil, 2014.

KOFES, Suely. *Comentar a Revista Raça Brasil não é uma tarefa fácil*. Campinas: Cadernos Pagu, n.6/7, 1996. Disponível em: <<https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/cadpagu/article/view/1871/1992>> Último acesso em: 18/10/2017.

\_\_\_\_\_. *Gênero e raça em revista: Debate com os editores da revista Raça Brasil*. Campinas: Cadernos Pagu, n.6/7, 1996. Disponível em: <<https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/cadpagu/article/view/1870>> . Último acesso em: 18/10/2017.

KOUTSOUKOS, Sandra Sofia Machado. No estúdio do fotógrafo. *Representação e auto representação de negros livres, forros e escravos no Brasil da segunda metade do século XIX*. 2006. 382 p. Tese (Doutorado em Multimeios) – Instituto de Artes, Universidade Estadual de Campinas, Campinas.

MAIA, Aline Silva Correa. *Telenovela: Projeção, identidade e identificação na modernidade líquida*. Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação – ago/2007.

MELLO, Daniel. Pesquisa revela que 81,5 milhões de brasileiros acessam a internet pelo celular. *Portal EBC*, Brasília, set. de 2015. Disponível em: <<http://www.ebc.com.br/tecnologia/2015/09/pesquisa-revela-que-815-milhoes-de-brasileiros-acessam-internet-pelo-celular>>. Último acesso em 21/11/2017.

MOURA, Clóvis. *A decadência da escravidão e a crise do sistema*. In: *História do negro brasileiro*. São Paulo: Editora Ática. 2ª Edição, 1992.

MUNANGA, Kabengele. *Algumas considerações sobre “raça”, ação afirmativa e identidade negra no Brasil: fundamentos antropológicos*. Revista USP, n. 68, dez-fev. São Paulo: 2005/2006.

RIBEIRO, Stênio. Redes sociais da internet são mais usadas pela classe média. *Portal EBC*, Brasília, nov. de 2012. Disponível em: <<http://www.ebc.com.br/2012/11/redes-sociais-da-internet-sao-mais-usadas-pela-classe-media>>. Último acesso em 21/11/2017.

SANTOS, Sales Augusto dos. *Ações afirmativas nos governos FHC e Lula: um balanço*. São Cristóvão: Revista Tomo, n. 24, jan./jun. de 2014. Disponível em: <<https://seer.ufs.br/index.php/tomo/article/view/3185>>. Último acesso em: 16/11/2017.

SOUZA, Jéssica Severo. *Negras nas revistas de noivas: estudo sobre a representação da mulher negra no jornalismo feminino*. São Paulo: Faculdade Paulus de Tecnologia e Comunicação, 2015.

SOUZA, Vanessa Raquel Lambert de. *O vestuário do negro na fotografia e na pintura: Brasil, 1850-1890*. 2007, 137 p. Dissertação (Mestrado em Artes Visuais) – Instituto de Artes, Universidade Estadual Paulista, São Paulo.

SPIVAK, Gayatri Chakravorty. *Pode o subalterno falar?* Belo Horizonte: Editora UFMG, 2010.

VELLOSO, Monica Pimenta. *Os intelectuais e a política cultural do Estado Novo*. In: *O Brasil republicano: O tempo do nacional-estatismo – do início da década de 1930 ao apogeu do Estado Novo*. Organização de Jorge Ferreira e Lucilia de Almeida Neves Delgado. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira. 6ª Edição, 2013.

## FILMES:

A negação do Brasil. Direção: Joel Zito Araújo. Casa de criação: 2000. 90 min. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=PrrR2jgSf9M&t=10s>>. Último acesso em: 27/10/2017.

## SITES E PÁGINAS DA INTERNET:

**Memória Globo**. Disponível em: <<http://memoriaglobo.globo.com/>>. Último acesso em: 21/11/2017.

**Blog Modices**. Disponível em: <<https://www.modices.com.br>>. Último acesso em: 21/11/2017.

**Blog Rayza Nicácio.** Disponível em: <<http://www.rayzanicacio.com>. Último acesso em: 21/11/2017.

**Facebook.** *Modices.com.* Disponível em: <<https://www.facebook.com/groups/modices/>>. Último acesso em: 18/11/2017.

**Instagram.** *Carla Lemos.* Disponível em: <<https://www.instagram.com/modices/?hl=pt-br>>. Último acesso em: 21/11/2017.

**Instagram.** *Nátaly Neri.* Disponível em: <<https://www.instagram.com/natalyneri/?hl=pt-br>> . Último acesso em: 21/11/2017.

**Instagram.** *Rayza Nicácio.* Disponível em: <<https://www.instagram.com/rayzanicacio/?hl=pt-br>>. Último acesso em: 21/11/2017.

**Youtube.** *Canal Afros e Afins por Natály Neri.* Disponível em: <<https://www.youtube.com/channel/UCjivwB8MrrGCMlluoSdkrQg>>. Último acesso em: 21/11/2017.

**Youtube.** *Canal Carla Lemos.* Disponível em: <<https://www.youtube.com/user/modices>>. Último acesso em: 21/11/2017.

**Youtube.** *Canal Rayza Nicácio.* Disponível em: <<https://www.youtube.com/user/rayzabatista>>. Último acesso em: 21/11/2017.