

Mulher, cabelo e mídia

Bianca Santana

*Mestra em Educação pela Universidade de São Paulo
Professora da Faculdade Cásper Líbero
E-mail: bsantana@casperlibero.edu.br*

O cabelo ocupa posição central na sociabilidade das mulheres. A forma como é retratado na mídia impressa e nas redes sociais pode reforçar padrões de dominação ou apoiar estratégias de acomodação e resistência a tais padrões. O objetivo deste artigo é investigar, de forma inicial e exploratória, as percepções que mulheres brasileiras têm de sua relação com o cabelo, e de que forma a mídia influencia nessa relação. Para tanto, foi realizado um questionário online cujas respostas foram interpretadas à luz das construções teóricas das feministas norte-americanas Rosie Weitz e bell hooks. **Palavras-chaves:** cabelo; corpo das mulheres; revistas femininas; redes sociais; resistência.

Woman, hair and media

Hair plays a central position in women's sociability. Press and digital media can reinforce domination or support accommodation and resistance strategies. The aim of this paper is to investigate, in an introductory and exploratory way, perceptions that Brazilian women have on their hair, and how media influences this relationship. For that purpose, an online questionnaire was applied. The interpretation of the answers is based on Rosie Weitz and bell hooks theories.

Keywords: hair; women's bodies; women's magazines; social media; resistance.

Mujer, pelo y medio

El pelo ocupa una posición central en la sociabilidad de las mujeres. La forma como es representado en los medios impresos y digitales puede reforzar patrones de dominación o apoyar estrategias de acomodación y resistencia a tales normas. El objetivo de este trabajo es el de investigar, de forma inicial y exploratoria, las percepciones que las mujeres brasileñas tienen de su relación con el pelo, y cómo los medios influyen en esta relación. Para ello, una encuesta online fue hecha, cuyas respuestas fueron interpretadas a la luz de las construcciones teóricas de las feministas Rosie Weitz y bell hooks.

Palabras-clave: el pelo; cuerpo de las mujeres; revistas femeninas; redes sociales; resistencia.

O cabelo é um elemento central na vida das mulheres. Ele é, ao mesmo tempo, expressão de características pessoais e sociais. Pessoais, tanto no sentido de possuir determinações genéticas como na possibilidade de se moldar às preferências individuais. Sociais porque, ao ser exibido publicamente, influencia nas percepções e relações sociais de quem o exhibe, e por estar subordinado (ou não) a determinados padrões culturais — que influenciam muito das preferências individuais (Wietz, 2003a).

Estudar o corpo das mulheres, o que inclui seus cabelos, tem delimitado, segundo autoras feministas como Rosie Wietz e Silvia Federici, um novo campo de estudos denominado *politics of women's body* (políticas do corpo das mulheres). Wietz (2003b) organizou uma coletânea sobre o tema, reunindo artigos de 19 autoras distribuídos em três eixos: a) como as ideias sobre os corpos das mulheres são construídas socialmente; b) como as construções sociais podem ser utilizadas para controlar as vidas das mulheres e c) como as mulheres podem resistir a essas forças. A antologia demonstra um processo político que reflete, reforça e traz desafios para a distribuição de poder entre homens e mulheres.

Federici (2004) afirma que as análises dos corpos-políticos têm revolucionado a filosofia contemporânea e os discursos políticos, além de ressignificar o corpo. “Esse tem sido um passo necessário tanto para conter a negatividade atrelada à identificação da feminilidade com a corporalidade, quanto para criar uma visão mais holística do que significa ser humano” (Federici, 2004, p. 15) Nesse sentido, o corpo é visto como signo de identidade e como prisão. “Por isso é tão importante para as feministas e, ao mesmo tempo, problemático valorizar o corpo”.

Pesquisadoras das relações raciais e do feminismo negro, como Nilma Lino Gomes e bell hooks¹, têm dedicado grande atenção ao estudo da relação de mulheres e homens negros com o cabelo crespo. Gomes destaca o importante papel desempenhado pela dupla cabelo e cor da pele na construção da identidade negra. “O cabelo crespo, objeto de constante insatisfação, principalmente das mulheres, é também visto, nos espaços onde foi realizada a pesquisa [salões de beleza étnica na cidade de Belo Horizonte, Minas Gerais], no sentido de uma revalorização, o que não deixa de apresentar contradições e tensões próprias do processo identitário. Essa revalorização extrapola o indivíduo e atinge o grupo étnico/racial a que se pertence” (Gomes, 2003, p. 2).

O objetivo deste artigo é investigar, de forma inicial e exploratória, as percepções que mulheres brasileiras têm de sua relação com o cabelo e de que forma a mídia influencia nessa relação.

Para tanto, foram analisadas 52 respostas de um questionário online² com sete perguntas (cinco abertas e duas fechadas) sobre o cabelo — além de idade, cidade de moradia, cor ou raça, escolaridade e renda familiar. O questionário foi enviado, ini-

1. Gloria Jean Watkins, mais conhecida pelo pseudônimo bell hooks, assim escrito em minúsculas.

2. Disponível em: https://docs.google.com/forms/d/1-3i5W5frGFC_PvaetJjrTa-ukyYDZ_at5ZZi7h3StA/viewform

cialmente, a participantes de grupos fechados do Facebook³ que têm o cabelo como temática. Mulheres que responderam o questionário o enviaram a outras mulheres que não faziam parte dos grupos. Duas o fizeram depois de consultar a pesquisadora, outras o enviaram sem a consulta, já que a maior parte das respondentes, 37 no total, afirmam não aprender a cuidar do cabelo em redes sociais.

A amostra não é nem pretende ser representativa das mulheres brasileiras. A partir das respostas e análises de um grupo social específico, objetiva-se construir, no futuro, elementos metodológicos para organizar uma pesquisa mais ampla e representativa. Das 52 mulheres que contribuíram com esta pesquisa, 17 tinham entre 24 e 30 anos; 14 entre 17 e 24 anos; 11 entre 30 e 40 anos; oito entre 40 e 50 anos e somente uma tinha mais de 50 anos. A maioria tinha ensino superior, sendo 18 com graduação completa; 12 cursando o ensino superior; 11 com especialização; seis com mestrado, uma com doutorado e três com o ensino médio. Mais de 50% das respondentes eram brancas (27 no total), 46,1% negras (35,3% autodeclaradas pretas e 9,8% pardas) e uma amarela.

Das que responderam o questionário, 29 afirmaram ter o cabelo enrolado, cacheado ou ondulado; 14 crespo e oito liso. Entre todas, 40 afirmaram já ter alisado o cabelo alguma vez, 20 delas mantêm ou mantiveram o cabelo alisado por anos. Apenas 12, entre as quais oito de cabelo liso, afirmaram nunca ter alisado o cabelo.

Quando perguntadas sobre como aprendem a cuidar dos cabelos, quase 60% das respondentes, 30, no total, afirmam aprender em revistas. O dado confirma o argumento de diversas pesquisadoras, apoiadas em Dulcilia Buitoni (1981, 1986), quando afirmam que as revistas feministas reforçam estereótipos e padrões de beleza. Nas palavras de Buitoni (1981, p. 144): “De papel em papel, a imprensa feminina brasileira colabora para a mitificação e a mistificação do ser feminino, ajudando a manter padrões.” Maria Luiza Martins de Mendonça (2004, p. 4) registra a mesma análise: “Apesar de não se poder falar em determinação, em manipulação, o funcionamento da mídia atua no sentido de reforçar e reafirmar padrões da cultura hegemônica”.

A afirmação das mulheres sobre o fato de aprenderem nas revistas também corrobora a afirmação de Buitoni de que as revistas exercem um papel formativo para as mulheres. “A imprensa feminina informa pouco, mas forma demais. Antes de tudo, é uma imprensa de convencimento” (1981, p. 141). Por tratar de temas muito conectados ao dia a dia e à realidade prática das mulheres, tais revistas são muito influentes. “Ela [imprensa feminina] pode influir mais decisivamente no cotidiano das pessoas do que um poderoso jornal diário. Múltipla e contraditória — como a vida — ela é um campo imenso, movimentado, estimulante” (Buitoni, 1986, p.78).

Mulheres de cabelo liso — ou com um perfeito ondulado nas pontas —, fios de cabelo claros, brancas, magras e jovens são as que mais aparecem na

3. Enrola Cásper, Formação do Feminino e Cabelos Afros, Crespos e Cacheados.

imprensa feminina, definidas como o ideal de beleza e feminilidade. “A imprensa feminina não mostra a negra, a índia, a japonesa; não mostra a pobre nem a velha - apresenta como ideal a mulher branca, classe média para cima e jovem (Buitoni, 1986, p. 78).

Hooks (2005) afirma que a mídia no geral, não só as revistas femininas, reforçam esse padrão de mulher. O jornalismo e a publicidade, veiculados em diversas plataformas e formatos, manifestam e reproduzem o sexismo e o racismo. A autora negra faz referência ao contexto norte-americano, mas podemos afirmar o mesmo sobre a mídia brasileira.

Na pergunta aberta sobre as relações entre assumir o cabelo natural e sua subjetividade, duas das mulheres que responderam o questionário mencionaram a mídia como veiculadora de padrões de beleza e ambas eram negras. N., uma mulher de cor parda, do grupo da faixa etária entre 24 e 30 anos, e com curso de pós-graduação, escreveu: “O tempo todo somos pressionadas pela mídia e sociedade a seguir um padrão e regra em geral, e quanto menos fortalecidas e empoderadas estamos com nossa individualidade, mais vamos cedendo a essas pressões”.

C., preta, que cursa o ensino superior e tem entre 17 e 24 anos, registrou: “O padrão de beleza é o cabelo liso, por isso é totalmente desafiadora essa transição. Para mim, foi necessário desconstruir todo um padrão que a mídia me forneceu. Não é fácil sair na rua sendo mulher negra com cabelo crespo e de classe baixa, inclusive na faculdade”.

Hooks analisa como a mídia reforça um padrão branco e sexista:

Juntos, racismo e sexismo nos recalcam diariamente pelos meios de comunicação. Todos os tipos de publicidade e cenas cotidianas nos aferem a condição de que não seremos bonitas e atraentes se não mudarmos a nós mesmas, especialmente o nosso cabelo. Não podemos nos resignar se sabemos que a supremacia branca informa e trata de sabotar nossos esforços por construir uma individualidade e uma identidade (2005, p. 7).

Não se sentir bonita com o cabelo crespo ou enrolado foi mencionado por outras três mulheres negras que participaram da pesquisa, também na questão aberta referente a assumir o cabelo natural e à construção da subjetividade. As três demonstram ter consciência de que o não sentir-se bonita está relacionado às construções sociais e à valorização do padrão liso. Ter consciência, não significa passar a se sentir bonita fora do padrão.

Essa complexidade fica evidente na contribuição de A, preta, com cabelo crespo e ensino superior incompleto, do grupo etário de 17 a 24 anos: “Ainda não acho que vou ficar bonita com ele natural. Mas, sinto que seria uma forma de

me identificar comigo mesma, de lavar e não precisar secar.” O advérbio “ainda” pode ser interpretado à luz de pesquisas como a de Andrade (2012), que articula o pensamento de diversos autores, ao explicitar fases da tomada de consciência na aceitação e valorização do cabelo crespo e de assumir uma identidade étnico-racial. “Denomina-os estágio de submissão, estágio de impacto, estágio de militância e estado de articulação” (Andrade, 2012, p. 32).

Brevemente, o primeiro estágio estaria marcado pela submissão às crenças e valores da cultura dominante, termo que abordaremos adiante. Estereótipos negativos estariam internalizados a ponto de não gerarem angústia ou dúvida nos sujeitos. A fase seguinte, de impacto, seria marcada pela tomada de consciência, como o que aparece na participação de A, que tem consciência da imposição de um padrão, mas “ainda” se sente submetida a ele. O estágio seguinte seria o de militância, de apego e propagação de símbolos da nova identidade. O último estágio seria de articulação, de relação com outros grupos a partir da percepção do lugar identitário.

B., parda, de cabelo cacheado, também do grupo etário dos 17 a 24 anos, que cursou o ensino médio, alisou o cabelo por cerca de seis anos, desde os 13 ou 14 anos de idade. Ela escreveu: “Passei boa parte da minha vida alisando o cabelo, por acreditar que jamais seria bonita de cabelo enrolado. Após muito tempo vivendo sob a pressão social de ter cabelo liso, entendi que não se tratava apenas do cabelo, mas de questões sociais e raciais que movem a indústria da beleza”.

J., preta, de cabelo crespo, do grupo de 40 a 50 anos e com título acadêmico de mestre, elaborou: “Assumir o cabelo crespo tal qual ele é está diretamente ligado à ruptura de padrões, de pressão interna (familiar) e externa (social). É difícil sentir-se bonita, sem a aprovação do meio e assumir o cabelo crespo é deixar de precisar dessa aprovação. Quer algo mais subjetivo que isso?”

Em respostas de duas mulheres, a infância e a juventude foram mencionadas em relatos impactantes. G., do grupo etário de 17 a 24 anos, branca de cabelo enrolado, contou de sua experiência na adolescência: “Quando estudava em um colégio particular, passei por muitas situações de sentir que precisava alisar o cabelo, porque ele não estava à altura do evento do qual eu iria participar. Já me pediram mais de uma vez para fazer escova e chapinha antes de apresentar determinado trabalho no colégio, por exemplo. ‘Fica mais bonito’, era a desculpa que davam”.

H., preta, de cabelo crespo, grupo etário de 24 a 30 anos, é cabelereira. Ao ser perguntada sobre assumir o cabelo natural e a subjetividade, H. fez um relato sobre o atendimento a uma criança: “Fiz um tratamento em uma menininha cujos cabelos eram bem cacheados, fiz uma hidratação para diminuir o embaraço

e dar mais brilho. No final, escovamos o seu cabelo e ela olhou pra mim e disse: ‘tia, agora todas as minhas coleguinhas da escola vão brincar comigo. O que falar para essa criança de cinco anos?’”

Resistência

Weitz (2003a) afirma que as mulheres são, com frequência, muito conscientes das expectativas culturais relativas a seus cabelos. Até este momento, com base na maior parte das respostas dadas ao questionário, é evidente que as mulheres percebem os padrões aos quais estão expostas. Mesmo as mulheres que se enquadram aos padrões, aferem sua existência.

M., branca, de cabelo liso, do grupo de 30 a 40 anos e curso superior completo, afirmou: “Tenho certeza de que ser do jeito que sou, loira e de cabelo liso, facilitou e muito minhas relações sociais, especificamente na cidade onde moro, São Paulo. É bastante comum meu cabelo ser motivo de início de conversa ou ponte para elogios. ‘É tão liso e bonito’, ‘Aposto que você não precisa fazer nada para que ele seja lindo assim: só lavar e sair de casa’, ‘Mataria por um cabelo desses’, são alguns exemplos de comentários que já escutei.”

Na percepção de Wietz, o poder nas relações sociais é determinado também pela aparência, o que pode significar mais sucesso profissional, independência financeira, realização política. “Não importa o que uma mulher faz ou não faz com o cabelo — alisar ou não alisar, enrolar ou não enrolar, cobrir com um tecido ou deixá-lo descoberto — seu cabelo vai afetar como as outras pessoas respondem a ela, e seu poder vai aumentar ou diminuir de acordo com a aparência” (Wietz, 2003a, p. 148).

Com a consciência dos padrões a que estão subordinadas, independentemente de concordarem com as expectativas relacionadas ao cabelo, as mulheres costumam criar estratégias para lidar com tais expectativas e obter poder. Wietz percebeu três categorias de estratégias utilizadas pelas mulheres: “(...) acomodando-se, resistindo a elas ou combinando as duas estratégias” (2003a, p. 147).

Depois de apresentar como diversos autores utilizam a categoria resistência, Wietz a define como “ações desafiantes às ideologias que embasam a subordinação”. Independentemente da eficácia das ações, a autora parte do princípio de que todo pequeno ato pode pavimentar caminhos para mudanças sociais. Assim, assumir o cabelo crespo ou enrolado, quando o padrão vigente é o liso, seria um ato de resistência.

Da mesma forma, deixar o cabelo em sua cor natural, quando o padrão é o louro platinado — natural em muitas mulheres nórdicas e poucas brasileiras — também seria resistir. Usar o cabelo curto na juventude e longo na maturidade, quando o padrão é o inverso, também seriam atos de resistência. A respondente

S, preta, com cabelo crespo, grupo etário de 30 a 40 anos, mencionou o comprimento do cabelo como padrão social. “Sempre tive cabelo longo e fui elogiada por isso, me ajudando na autoestima. Hoje me pegam no pé por ele ser longo demais para minha idade”.

Wietz registra que praticar resistência contra as normas de como os cabelos devem ser é mais fácil para mulheres naturalmente altas, magras e loiras. Para mulheres negras, baixas ou gordas, quanto mais possam acessar outras fontes de poder — como educação, saúde e bons empregos — menos estão vulneráveis à aparência normativa. A pesquisadora sugere que pesquisas futuras explorem benefícios, perigos, oportunidades e limitações da resistência das mulheres centrada na relação com seus cabelos (2003a, p. 149).

O termo resistência é utilizado por mulheres que responderam ao questionário, em sentido similar ao proposto pela autora. C., parda, de cabelo encaracolado, grupo etário de 24 a 30 anos, já mencionada anteriormente, escreveu: “Manter o cabelo o mais natural possível é uma forma de resistência a esse padrão e luta constante em dizer que existem vários tipos e todos são bonitos”. T., branca, de cabelo liso, do mesmo grupo etário, afirmou: “Assumir o cabelo natural, principalmente quando ele é contra os padrões comerciais, é assumir seu gênero, sua raça e ser você mesma um marco de resistência na sociedade.”

Mesmo sem mencionar o termo resistência, outras mulheres trouxeram essa ideia. H., branca, de cabelo enrolado, cursando o ensino superior, do grupo etário de 17 a 24 anos, afirmou: “Aceitar o cabelo é dizer ‘não’ para uma imagem inexistente de mulher. É uma luta que se assemelha à aceitação dos ‘defeitos’ do corpo (pernas não esqueléticas, celulite, acne, sardas, gordura), tão amaldiçoados pela mídia em geral. É se amar muito. É se colocar como ser humano, e não um robô perfeito. :-) Amo meu cabelim.”

O cabelo como expressão de luta, conectado às disputas simbólicas sobre o corpo das mulheres, conforme descrito por H., é o objeto de estudos de Wietz. Em suas palavras: “Eu estudo cabelos, como meios de explorar os caminhos ordinários, nos quais mulheres lutam diariamente com ideias culturais sobre o corpo feminino” (2003a, p. 136).

Acomodação

Wietz define acomodação em contraposição à resistência. Resistir diz respeito às “ações desafiantes às ideologias que embasam a subordinação” (2003, p. 149). E acomodação se refere à “ação de aceitar a subordinação, por adotar ou simplesmente não desafiar, as ideologias que embasam a subordinação” (2003, p. 149). Alisar o cabelo seria, portanto, um ato de acomodação.

Vale frisar que Wietz define acomodação como categoria analítica. Longe

de qualquer julgamento, a autora analisa práticas de acomodação como uma das estratégias possíveis de conquista de poder feminino, na relação com o cabelo.

A.L., branca, de cabelo enrolado, grupo etário de 40 a 50 anos, alisa o cabelo de forma temporária. Quando perguntada sobre as relações entre o cabelo natural e a subjetividade, demonstrou estratégias de acomodação ao responder: “Nunca me preocupei muito com isso, quero dizer, com minha imagem subjetiva relacionada ao cabelo, mas sim, se me sinto bonita, bem ou não. Faço escova lisa no cabelo de vez em quando, porque fica bonito e é bem menos trabalhoso no dia a dia do que o cabelo encaracolado, que no caso do meu, como não é muito crespo, logo perde os cachos e fica volumoso, armado. Daí eu normalmente prendo num rabo de cavalo ou coque - que aliás é muito comum para mim no dia a dia”.

Cabelos volumosos, frequentemente nomeados “armados” são objeto de ações de acomodação. Prender em rabo de cavalo ou coque são práticas descritas por grande parte das mulheres de cabelo cacheado. P., branca, de cabelo enrolado, grupo etário de 17 a 24 anos, não costuma alisar o cabelo, mas afirmou: “Confesso que já fiz de tudo para reduzir o volume dele (eu tenho MUITO cabelo e não curto quando ele fica armado), mas nunca gostei de vê-lo liso (...) Quando eu era mais nova, o meu cabelo não tinha ‘forma’ (talvez por causa do corte... ele não era nem liso, nem ondulado, nem cacheado. Era armado, somente). E aí, sugeriam em salões de beleza que eu fizesse alisamento. Não sei se falavam isso, porque viam que eu não gostava do meu cabelo (eu também estava na fase da pré-adolescência) ou porque o cabelo liso que é normalmente considerado ‘o bonito’”.

Prender o cabelo em determinadas situações, para conter o volume, e deixá-lo ao natural em outras, é uma estratégia que combina ações de resistência e de dominação. J., preta, de cabelo crespo, do grupo de 40 a 50 anos, já citada anteriormente, contou que combinou estratégias por anos: “Eu, por exemplo, passei um tempo usando o cabelo mais armado e natural nos finais de semana e, durante a semana, procurava um penteado mais comportado para o trabalho. No meu caso são duas escolhas: cabelos crespos e brancos. Demorou muito para eu participar de uma reunião com um turbante e não com uma faixa. De ir para o trabalho com o cabelo arrumado do mesmo jeito que usava nos finais de semana. Demorou, demorou, demorou. E hoje, ainda estou aprendendo a não correr para o espelho para ver como está meu cabelo cada vez que percebo um olhar de incredulidade para ele quando chego a uma sala de direção onde trabalho. Hoje, estou me sentindo menos nua quando olham primeiro para meu cabelo e depois para mim. Ou quando falam comigo sem olhar para mim, mas com os olhos voltados somente para o meu cabelo”.

Especificamente sobre a prática de mulheres negras alisarem os cabelos, hooks afirma ser um processo de mudar a aparência para imitar os brancos.

Essa necessidade de ter a aparência mais parecida possível à dos brancos, de ter um visual inócuo, está relacionada com um desejo de triunfar no mundo branco (...) Certo número de mulheres afirmou que essa é uma estratégia de sobrevivência: é mais fácil de funcionar nessa sociedade com o cabelo alisado. Os problemas são menores; ou, como alguns dizem, ‘dá menos trabalho’ (Hooks, 2005).

Dar menos trabalho é uma expressão frequente entre as mulheres que afirmam alisar o cabelo. Especialmente no sentido de ser mais fácil, tomar menos tempo. Z., branca, de cabelo cacheado, escreveu: “No meu caso, inclusive, foi um fator decisivo na escolha em alisar, pois o cabelo liso dá a impressão de ser mais fácil e rápido de cuidar e como gosto de praticidade, acabei optando pelo liso”.

Poder em rede

Além das revistas, as mulheres afirmaram, em uma questão que permitia múltipla escolha, aprender a cuidar dos cabelos também no salão de beleza (64,7%), com amigas (51%), com familiares (43,1%), em lojas de cosméticos (21,6%), em vídeos postados na rede, como no YouTube (39,2%), em redes sociais, como o Facebook (29,4%). Seria interessante que futuras análises fossem feitas a partir da aprendizagem entre mulheres — com amigas e familiares —, lojas de cosméticos e vídeos online, assim como Gomes fez em salões de beleza. Neste artigo, será feita uma abordagem inicial de como as redes sociais são percebidas pelas mulheres para aprenderem sobre seus cabelos.

Todas as práticas sociais têm sido remodeladas nos usos que as pessoas fazem das tecnologias digitais (Castells, 1999), especialmente na comunicação mediada por computador (Castells, 2003). Os novos suportes tecnológicos para a sociabilidade concretizam-se em novas formas de interação social, além daquelas que já aconteciam. Nas palavras de Castells, “o decisivo, portanto, é a passagem da limitação espacial como fonte da sociabilidade” (ano e página).

Segundo Recuero (2009, p. 16), essa comunicação mediada permitiu, além da comunicação entre indivíduos, ampliar a capacidade de conexão, criando condições para que redes fossem criadas: as chamadas redes sociais. Nessas redes, o fluxo de trocas de conhecimento, informação e cultura tem sido intenso como nunca fora.

Especificamente no Facebook, há inúmeras páginas públicas e grupos de discussão sobre o cabelo crespo e cacheado. Vale destacar duas páginas: Cabelos Afros, Crespos e Cacheados, com 249.289 seguidores, no início de março de 2015, com a descrição: “O meu objetivo é dar força às meninas que desejam voltar aos cabelos naturais, e dicas para manter os cabelos hidratados e bonitos. Postarei receitas caseiras e produtos capilares que usei e gostei.” E a página

de difundir e reproduzir padrões de beleza que reforçam um contexto de dominação das mulheres. O cabelo ocupa uma posição central na sociabilidade feminina e a forma como é retratado pela imprensa e a publicidade influencia na percepção, na subjetividade e nas estratégias das mulheres para lidarem com o próprio cabelo.

Com consciência dos padrões a que estão submetidas, as mulheres definem estratégias de resistência, acomodação ou mistas (de resistência e dominação) para se relacionar com o próprio cabelo. Assumir o crespo, a cor escura, o longo ou o curto, em determinadas idades, são ações de resistência aos padrões dominantes. Assim como alisar, reduzir o volume e prender se mostram como ações de acomodação a tais padrões, em uma estratégia consciente de obtenção de poder nas relações sociais. Muitas mulheres utilizam ambas estratégias em contextos e com objetivos diversos.

A comunicação em rede tem possibilitado a formação de diversos grupos de discussão e a divulgação de informações sobre os cabelos. Nas mídias digitais, especialmente em vídeos online e redes digitais, as mulheres têm compartilhado técnicas e métodos de cuidados práticos, tanto nas estratégias de resistência quanto nas de acomodação. Têm debatido e construído conscientização social, cultural e política, fortalecido a autoestima relacionada a seus cabelos e o pertencimento em grupos de mulheres com experiências similares.

Estes primeiros resultados podem ser testados e aprofundados em pesquisas posteriores, realizadas em universos mais representativos ou em estudos com recortes mais específicos. O estudo do corpo das mulheres é um campo que se consolida internacionalmente e tem grande potencial de se instituir interdisciplinarmente no Brasil.

Referências

- ANDRADE, M. M. F. **Negritude em rede: discursos de identidade, conhecimento e militância – Um estudo de caso da comunidade NEGROS do Orkut (2004-2011)**. São Paulo, 2012.
- BUITONI, D. S. **Imprensa Feminina**. 2ed. São Paulo: Ática, 1990.
- _____. **Mulher de papel: a representação da mulher na imprensa feminina brasileira**. Edições Loyola: São Paulo, 1981.
- CASTELLS, M. **A sociedade em rede**. São Paulo, Paz e Terra, 1999.
- _____. **A galáxia da internet: reflexões sobre a Internet, os negócios e a sociedade**. Rio de Janeiro, Editora Zahar, 2003.
- FEDERICI, S. **Caliban and the Witch: Women, the Body and Primitive Accumulation**. Brooklyn, NY: Autonomedia, 2004. Disponível em: <https://libcom.org/files/Caliban%20and%20the%20Witch.pdf>

GOMES, N. L. **Corpo e cabelo como símbolos da identidade negra**. Texto apresentado no II Seminário Internacional Educação Intercultural, Gêneros e Movimentos Sociais: identidade, diferença e mediações. Florianópolis, 8 a 11 de abril de 2003. Disponível em: <<http://www.rizoma.ufsc.br/pdfs/641-of1-st1.pdf>>. Acesso em: 28 mar. 2012.

_____. **Educação, identidade negra e formação de professores/as: um olhar sobre o corpo negro e o cabelo crespo**. Educação e Pesquisa, São Paulo, v.29, n.1, p. 167-182, jan./jun. 2003

hooks, bell. **Alisando nosso cabelos**. Revista Gazeta de Cuba – União de escritores y Artista de Cuba, janeiro-fevereiro de 2005. Disponível em: <http://www.geledes.org.br/alisando-o-nosso-cabelo-por-bell-hooks/>

LODY, R. G. da M. **Cabelos de Axé: Identidade e resistência**. Rio de Janeiro: Editora Senac Nacional, 2004. 136p.

MENDONÇA, M. L. M. **Mídia e construção da identidade da mulher negra: a revista Raça**. Trabalho apresentado ao NP Comunicação para Cidadania, do XXIX Congresso da Intercom, 2004. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2006/resumos/r1626-1.pdf>

RECUERO, R. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulinas, 2009.

SCOTT, J. **Gênero: uma categoria útil para análise histórica**. Educação & Realidade. Porto Alegre, vol. 20, nº 2, jul./dez. 1995. Disponível em: http://disciplinas.stoa.usp.br/pluginfile.php/185058/mod_resource/content/2/G%C3%AA-nero-Joan%20Scott.pdf

WEITZ, R. **Women and their hair: seeking power through resistance and accommodation**. In: WEITZ, R. The politics of women's bodies: sexuality, appearance, and behavior. New York, Oxford University Press, 2003a.

WEITZ, Rose. **The politics of women's bodies: sexuality, appearance, and behavior**. New York, Oxford University Press, 2003b.